

<<医药市场营销>>

图书基本信息

书名：<<医药市场营销>>

13位ISBN编号：9787502591342

10位ISBN编号：7502591346

出版时间：2006-8

出版时间：化学工业出版社

作者：杨文章

页数：168

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<医药市场营销>>

内容概要

本书是全国医药中等职业技术学校教材，由全国医药职业技术教育研究会组织编写。

本书根据《全国医药中等职业技术教育专业教学计划》编写而成，主要介绍了医药市场营销的理论、方法和相关法规等内容。

本书注重技能培训，突出医药营销职业的技能特点；注重趣味案例教学，力求寓教于学；以帮助读者树立正确的市场营销观念，并提高医药营销人员的营销分析能力和营销技能。

本书可供医药中等学校相关专业使用，也可作为医药经营企业职工培训和相关人员参考。

书籍目录

第一章 医药市场营销概论 第一节 医药市场营销的意义和发展 一、医药市场营销的概念 二、学习医药市场营销的意义 三、医药市场营销观念的发展 第二节 医药市场营销的研究内容和方法 一、医药市场营销的研究对象和内容 二、医药市场营销的方法 思考题第二章 医药市场细分化与目标市场选择 第一节 医药市场细分化概述 一、医药市场细分化的概念与理论基础 二、医药市场细分化的作用与要求 三、医药市场细分化的标准与程序 第二节 医药产品目标市场选择 一、医药产品目标市场概述 二、医药产品目标市场的策略 思考题第三章 医药市场营销环境分析 第一节 医药市场营销环境分析的重要性 一、医药市场营销环境的含义 二、医药市场营销环境分析的意义 第二节 医药市场营销环境分析的内容 一、影响医药市场营销环境的因素 二、我国医药市场的发展趋势与对策 思考题第四章 医药产品策略 第一节 医药产品及产品组合策略 一、医药产品的整体概念与医药产品组合 二、医药产品组合策略 第二节 医药产品生命周期策略 一、医药产品生命周期的概念 二、医药产品生命周期各阶段的特点 三、医药产品生命周期各阶段的营销策略 第三节 医药产品的开发策略 一、新医药产品的概念和种类 二、开发新医药产品的意义和方向 三、开发新医药产品的要求和程序 四、新医药产品的开发方式 第四节 医药产品的商标和包装策略 一、医药产品的商标策略 二、医药产品的包装策略 思考题第五章 医药产品价格策略 第一节 医药产品价格的构成及影响因素 一、医药产品价格的概念与构成要素 二、影响医药产品价格的因素 三、政府对医药产品价格管理的内容 第二节 医药产品定价目标与定价策略 一、医药产品定价目标 二、医药产品定价策略 第三节 医药产品定价方法 一、政府定价 二、企业定价 三、药品价格体系及药品差价 思考题第六章 医药产品促销策略 第一节 医药产品促销的概念和作用 一、医药产品促销的概念 二、医药产品促销的作用 第二节 医药产品促销组合策略 一、促销组合的含义与影响因素 二、医药产品促销的两种基本策略 第三节 几种常用的医药产品促销方式 一、人员推销与广告促销 二、营业推广与公共关系第七章 医药产品营销渠道策略 第一节 医药产品营销渠道的概念和类型 一、医药产品营销渠道的概念 二、医药产品营销渠道的类型 第二节 医药产品营销的中间商 一、医药产品营销中间商的概念和作用 二、医药产品营销中间商的类型第八章 医药市场调查第九章 医药市场预测第十章 医药市场营销决策第十一章 国际医药市场营销附录参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>