

<<医药市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<医药市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787506758284

10位ISBN编号：7506758288

出版时间：2013-2

出版时间：中国医药科技出版社

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>

<<医药市场营销实务>>

内容概要

甘湘宁、杨元娟主编的《医药市场营销实务》是全国医药高等职业教育药学类规划教材之一，是依照教育部教育发展规划纲要等相关文件要求，根据《医药市场营销实务》教学大纲编写而成。

本书共分十一个项目：认识医药市场营销、医药市场调查、医药市场营销环境分析、医药市场消费者研究、医药目标市场策略、医药产品策略、医药产品定价策略、医药分销渠道策略、医药促销策略、医药市场营销管理、医药产品销售。

每个项目中安排了“项目导入”、“同步案例”、“知识链接”、“议一议”、“做一做”及“实训”等。

《医药市场营销实务》供药学及其相关专业高职层次教学使用，也可作为医药行业培训和自学用书。

<<医药市场营销实务>>

书籍目录

项目一 认识医药市场营销 任务一 认知医药市场营销基本概念 一、市场和医药市场 二、市场营销及相关概念 三、医药市场营销 任务二 树立现代市场营销观念 一、市场营销观念的发展 二、传统营销观念与现代营销观念的区别 任务三 把握市场营销的新发展 一、市场营销的产生与发展 二、市场营销的新进展 实训一 案例分析实训二 改进营销策略训练项目二 医药市场调查项目三 医药市场营销环境分析项目四 医药市场消费者研究项目五 医药目标市场策略项目六 医药产品策略项目七 医药产品定价策略项目八 医药分销渠道策略项目九 医药产品促销策略项目十 医药市场营销管理项目十一 医药产品销售

<<医药市场营销实务>>

编辑推荐

甘湘宁、杨元娟主编的《医药市场营销实务》在编写过程中，为适应新形势下全国高职高专医药类专业教育改革和发展的需要，遵循现代高职高专教育教学的理念，以培养学生营销岗位综合职业素质为目标，按以能力为本位、就业为导向、学生为主体、应知应会为切入点的指导思想，根据医药市场营销工作过程进行教材内容系统化设计。

全书以“项目导向、任务驱动”的模式展开，共分11个项目，突出市场营销的实用性、操作性的特点，体现管理类教材案例化的特色，在理论与实践结合的同时，重在实践；在每个项目中安排了“项目导入”、“同步案例”、“知识链接”、“议一议”、“做一做”等小栏目，讲求多样性、互动性，将理论讲解与案例分析相结合，将“教、学、做”有机整合，强调“教、学、做”一体化；通过每个任务中设计的任务活动和项目综合实训，提高学生探究性、自主性学习的能力，提高理论应用于实践的技能；引进学科发展中的前沿理论，引入医药行业新近改革的实践和经验，根据当前医药市场的需求，调整有关内容，把新知识、新技能和素养的要求，融入到教材中。

<<医药市场营销实务>>

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>