

<<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：9787301190913

10位ISBN编号：7301190913

出版时间：2011-9

出版时间：北京大学出版社

作者：王育红，时健 主编

页数：217

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

《医药市场营销实务》从医药企业对既懂医药又通管理的复合型人才的需求的实际出发，以培养应用型人才为目标。

《医药市场营销实务》突出我国医药市场的特点，内容从实际需要出发，重点突出与医药营销实际密切相关的内容，主要内容包括医药市场营销基础知识、医药市场调查与预测、医药市场营销环境分析、医药消费者市场分析及其购买行为、医药市场细分和目标市场选择、医药产品策略、医药产品定价策略、医药分销渠道管理、医药市场促销，并按医药企业营销管理过程进行编写。

《医药市场营销实务》在每章中增加了案例及实训，突出町操作性的同时增加学生的学习兴趣。

《医药市场营销实务》可作为药学相关专业高职高专、成人教育教学的选用教材，也可作为药学技术员的参考书。

<<医药市场营销实务>>

书籍目录

- 第一篇 认识医药市场营销
 - 第一章 医药市场营销基础知识
 - 第一节 市场营销概述
 - 第二节 市场营销观念的发展
 - 第三节 市场营销的新进展
 - 第四节 医药市场营销
- 第二篇 寻找医药市场营销机会
 - 第二章 医药市场调查与预测
 - 第一节 医药市场调查
 - 第二节 医药市场预测
 - 第三章 医药市场营销环境分析
 - 第一节 医药市场营销环境概述
 - 第二节 医药市场营销宏观环境
 - 第三节 医药市场营销微观环境
 - 第四章 医药消费者市场及其购买行为
 - 第一节 医药消费者购买行为概述
 - 第二节 医药消费者购买行为决策过程
 - 第三节 影响医药消费者购买行为的因素
 - 第五章 医药市场细分和目标市场选择
 - 第一节 医药市场细分
 - 第二节 医药目标市场选择
 - 第三节 医药市场定位
- 第三篇 确定医药市场营销策略
 - 第六章 医药产品策略
 - 第一节 医药产品及其整体概念
 - 第二节 医药产品组合策略
 - 第三节 医药产品市场生命周期及营销策略
 - 第四节 医药新产品开发策略
 - 第七章 医药产品定价策略
 - 第一节 医药营销价格概述
 - 第二节 医药营销的定价目标与定价策略
 - 第三节 医药营销的定价方法
- 第四篇 管理和传递营销策略
 - 第八章 医药分销渠道管理
 - 第一节 医药分销渠道设计
 - 第二节 医药分销渠道管理
 - 第三节 我国现行药品渠道模式及发展趋势
 - 第九章 医药市场促销
 - 第一节 医药市场促销组合
 - 第二节 医药人员推销
 - 第三节 药品广告策略
 - 第四节 医药营销公共关系
- 参考文献

<<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>