

《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

出版社：中国医药科技出版社

页数：342

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.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:www.tushu111.com