



全国高职高专药品类专业卫生部“十一五”规划教材

供药品经营与管理、药学、药物制剂技术、化学制药技术、
生物制药技术、中药制药技术专业用

药品市场营销学

主编 董国俊



人民卫生出版社

全国高职高专药品类专业卫生部“十一五”规划教材
供药品经营与管理、药学、药物制剂技术、化学制药技术、
生物制药技术、中药制药技术专业用

药品市场营销学

主 编 董国俊

副主编 张兰芳 张 丽

编 者 (以姓氏笔画为序)

王之伟	西安医学院
刘 徽	辽宁中医药大学职业技术学院
张 丽	山西生物应用职业技术学院
张兰芳	无锡卫生高等职业技术学校
时 健	沈阳药科大学高等职业技术学院
沈 枫	广东药学院
段文海	广东食品药品职业学院
段立华	河北化工医药职业技术学院
董国俊	广东药学院
熊百妹	浙江医药高等专科学校
戴 宇	重庆医药高等专科学校

人 民 卫 生 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

药品市场营销学 / 董国俊主编. —北京: 人民卫生出版社, 2009. 1
ISBN 978-7-117-11071-6

I. 药… II. 董… III. 药品—市场营销学 IV. F724.73

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 198223 号

本书本印次封底贴有防伪标。请注意识别。

董国俊 编 主

顾 琳 苏兰波 编主副

(本书编写组成员) 参 编

张 华 王 明 王 明

张 华 王 明 王 明 王 明 王 明

张 华 王 明 王 明 王 明 王 明

张 华 王 明 王 明 王 明 王 明

张 华 王 明 王 明 王 明 王 明

张 华 王 明 王 明 王 明 王 明

张 华 王 明 王 明 王 明 王 明

药品市场营销学

主 编: 董国俊

出版发行: 人民卫生出版社 (中继线 010-67616688)

地 址: 北京市丰台区方庄芳群园 3 区 3 号楼

邮 编: 100078

网 址: <http://www.pmph.com>

E-mail: pmph@pmph.com

购书热线: 010-67605754 010-65264830

印 刷: 北京市文林印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 1/16 印张: 24.25

字 数: 559 千字

版 次: 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-117-11071-6/R·11072

定 价: 35.00 元

版权所有, 侵权必究, 打击盗版举报电话: 010-87613394

(凡属印装质量问题请与本社销售部联系退换)

全国高职高专药品类专业卫生部“十一五”规划教材

出版说明

在国家大力发展职业教育和高等职业教育办学指导思想不断成熟、培养目标逐步明确的新形势下,为了进一步贯彻落实教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高[2006]16号)精神,将教材建设工作与强化学生职业技能培养和以就业为导向的课程建设与改革的工作密切结合起来,使教材建设紧紧跟上课程建设与改革的步伐,适应当前高等职业教育教学改革与发展的需要。因此,在规划组织编写教材之前,在教育部和卫生部的领导下,在教育部高职高专药品类专业教育教学指导委员会专家的大力支持下,首先由卫生部教材办公室组织、全国高职高专药品类专业教育教材建设指导委员会指导、部分院校牵头、全国80余所高职高专院校和20余家医药企业的560余位教师及工程技术与管理人员共同参与,历时近2年对高职高专药品类的药品经营与管理、药物制剂技术、化学制药技术、生物制药技术、中药制药技术专业和药学专业的课程体系和课程标准展开了调查分析研究。深入分析研究各专业职业岗位(群)的任职要求和有关职业资格标准,明确各专业职业岗位的知识、技能及素质培养目标,初步构建符合我国职业教育实际、适合专业培养目标要求的课程体系;以适应当前高职高专教学改革实际、突出职业技能培养为核心,分析研究各门课程的课程标准。在此基础上先后起草编制了教学计划和教学大纲草稿。其间多次召开专门会议,就教学计划和教学大纲草稿反复讨论修改,并广泛听取有关学校的意见,几易其稿,使其不断完善。最后,卫生部教材办公室邀请教育部高职高专药品类专业教育教学指导委员会和全国高职高专药品类专业教育教材建设指导委员会的部分专家及教学计划牵头起草负责人参加6个专业教学计划和教学大纲的统稿审定稿会议,对教学计划和教学大纲的内容进行了最后审定,对体例、风格等做了全面统一。

在上述扎实工作的基础上,卫生部教材办公室规划了高职高专教育药品类6个专业69种卫生部“十一五”规划教材,并在全国范围内进行了教材主编、编者的遴选,全国80余所高职高专院校(含中医药高职高专院校)和20余家医药企业的930余位教师及工程技术与管理人员积极申报了主编、副主编或编者,通过公开、公平、公正的遴选,近600名申报者被卫生部教材办公室聘任为主编、副主编或编者。然后依据教学计划和教学大纲组织编写了具有鲜明的高职高专教育特色的教材,并将由人民卫生出版社陆续出版发行,供以上6个专业教学使用。下面教材目录中除最后14种仅供中药制药技术专业教学使用的教材将于2009年6月出版外,其余55种教材均将于2008年12月底出版。

本套教材具有以下特点:

1. 科学、规范,具有鲜明的高职高专教育特色,体现课程建设与改革成果

由于本套教材的规划和编写,是建立在科学、深入研究上述6个专业的课程体系和

课程标准之后编制的教学计划和教学大纲基础上,因此编写教材内容科学、规范,而具有鲜明的高职高专教育特色。

2. 简化基础理论,侧重知识的应用,突出培养职业能力

教材基础理论知识坚持“实用为主,必需、够用为度”的原则,不追求学科自身内容的系统、完整,简化理论知识的阐释或推导,注重理论联系实际,充实应用实例的内容,“以例释理”,将基础理论融入大量的实例解析或案例分析中,以培养学生应用理论知识分析问题和解决问题的能力。

3. 教材内容整体优化

专业基础课教材围绕后续课程教材设计编写内容;专业课教材突出实践性,根据岗位需要或工作过程设计内容,与生产实践、职业资格标准(技能鉴定)对接。听取“下家”(包括后续课程和职业岗位一线经验丰富的专家)对教材编写的意见。使教材的内容得到整体优化,围绕后续课程、职业资格标准和职业岗位的需要编写教材。

4. 教材编写形式模块化

(1)理论课程教材:除教材主体内容外,本套教材在各部分内容中设立了“学习目标”、“知识链接”、“课堂互动”、“实例解析(案例分析)”、“知识拓展”、“学习小结”、“目标检测”等模块。以提高学生学习的目的性和主动性,增强教材的知识性和趣味性,强化知识的应用和技能培养,提高分析问题、解决问题的能力。

“学习目标”主要让学生首先了解所要学习的知识、接受训练的技能,与本课程后续内容、与后续课程或职业岗位的联系,并了解在知识、能力方面的要求,增强学生学习的目的性和主动性。

“知识链接”主要是对教材内容的必要补充,介绍学生应当掌握的常识性知识或有利于帮助理解和掌握课堂内容的知识,以便于更好的学习理解、掌握教材内容,而不是随意扩充教材的内容。

“课堂互动”是针对课堂涉及的知识,联系生活实际、岗位实际和社会实际,以老师提问学生回答或学生间相互讨论等多种形式给出题目,在师生或学生之间进行互动,以提高学生理论联系实际和增强学生应用知识分析问题、解决问题的能力,同时激发学生的学习兴趣,提高学生学习的自觉性和目的性。

“实例解析(案例分析)”主要结合基本理论知识,列举实例或案例,既有利于培养学生应用理论知识分析问题和解决问题的能力,又增强教材内容的可读性,收到以例释理的效果。

“知识拓展”适当增补有关进展类知识,让学生了解与职业有关的本学科理论、技术的发展前沿。

“学习小结”分“学习内容”、“学习方法体会”两部分。以图表形式简明归纳各章主要内容;以文字叙述形式简要介绍学习本章内容的方法体会,让学生应用比较恰当的方法学好有关知识、熟练掌握有关技能。

“目标检测”主要包括选择题、简答题、实例分析3种题型,其中适当增加了知识的应用和职业技能操作、训练方面测试的内容。让学生通过练习题形式对学习目标进行检测。

(2)实验实训课程教材:分实训目的、实训内容、实训步骤、实训提示、实训思考、实

训体会、实训报告、实训测试等模块编写。

5. 多媒体教材配套

部分教材因理论性或操作性强,在有条件情况下,组织编写了多媒体配套教材,以便于教学及学生学习掌握有关知识和相关技能。

本套教材的编写,教育部、卫生部有关领导以及教育部高职高专药品类专业教育教学指导委员会领导和专家给予了大力支持与指导,得到了全国数十所院校和部分企业领导、专家和教师的积极支持和参与。在此,对有关单位和个人表示衷心的感谢!希望本套规划教材对高职高专药品类专业高素质技能型专门人才的培养和教育教学改革能够产生积极的推动作用,能够在各校的教学使用中以及在探索课程体系、课程标准和教材的建设与改革的进程中,获得宝贵的意见,以便不断修订完善,更好地满足教学的需要。

卫生部教材办公室

全国高职高专药品类专业教育教材建设指导委员会

人民卫生出版社

2008年11月

附:全国高职高专药品类专业卫生部“十一五”规划教材 教材目录

序号	教材名称	主 编	适用专业
1	医药数理统计	薛洲恩	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
2	基础化学*	陆家政 傅春华	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
3	无机化学*	牛秀明 吴 瑛	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
4	分析化学***	谢庆娟 杨其绛	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
5	分析化学实践指导	谢庆娟 杨其绛	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术

序号	教材名称	主 编	适用专业
6	有机化学 [*]	刘 斌 陈任宏	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
7	生物化学	王易振 李清秀	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、中药制药技术
8	药事管理与法规 [*]	杨世民 丁 勇	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
9	公共关系基础	秦东华	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
10	实用写作	刘 静	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
11	文献检索	胡家荣	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
12	人体解剖生理学	郭少三 武天安	药学、药品经营与管理
13	微生物学与免疫学	甘晓玲 黄建林	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、中药制药技术
14	微生物学与免疫学实践指导	甘晓玲 黄建林	药学、药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术、中药制药技术
15	天然药物学 ^{***}	艾继周	药学
16	天然药物学实训	艾继周 沈 力	药学
17	药理学 [*]	王迎新 弥 曼	药学、药品经营与管理
18	药剂学 [*]	张琦岩 孙耀华	药学、药品经营与管理
19	药剂学实验实训	张琦岩 孙耀华	药学、药品经营与管理
20	药物分析	孙 莹 吕 洁	药学、药品经营与管理
21	药物分析实验实训	孙 莹 吕 洁	药学、药品经营与管理
22	药物化学 ^{***}	葛淑兰 张玉祥	药学、药品经营与管理

序号	教材名称	主 编	副 主	适用专业
23	天然药物化学*	吴剑峰	王 宁	药学、药物制剂技术
24	医院药学概要	张明淑		药学专业医院药学方向
25	中医药学概论	许兆亮		药品经营与管理、药物制剂技术、生物制药技术专业及药学专业医院药学方向
26	药品营销心理学	丛 媛	王 圣	药品经营与管理专业及药学专业药品经营与管理方向
27	会计学基础与财务管理	邱秀荣		药品经营与管理
28	临床医学概要	唐省三	郭 毅	药品经营与管理、药学专业
29	药品市场营销学	董国俊		药品经营与管理、药学、药物制剂技术、化学制药技术、生物制药技术、中药制药技术
30	临床药物治疗学	曹 红		药品经营与管理专业及药学专业医院药学方向
31	临床药物治疗学实训	曹 红		药品经营与管理专业及药学专业医院药学方向
32	药品经营企业管理学基础	王树春		药品经营与管理专业及药学专业药品经营与管理方向
33	药品经营质量管理	杨万波		药品经营与管理
34	药品储存与养护	徐世义		药品经营与管理、中药制药技术专业及药学专业药品经营与管理方向
35	药品经营管理法律教程	李朝霞		药品经营与管理专业及药学专业药品经营与管理方向
36	实用物理化学*	沈雪松		药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术
37	医学基础	邓步华		药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
38	药品生产质量管理	罗文华		药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术
39	安全生产知识	张之东		药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术专业及药学专业药物制剂方向

序号	教材名称	主 编	副 主 编	适用专业	书 号
40	实用药理学基础**	丁学丰	宁 王	药物制剂技术、生物制药技术	88
41	药物制剂技术***	张健泓		药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术	89
42	药物检测技术	王金香		药物制剂技术、化学制药技术专业及药学专业药物检验方向	90
43	药物制剂设备	邓才彬	王 泽	药物制剂技术专业及药学专业药物制剂方向	91
44	药物制剂辅料与包装材料	王晓林		药物制剂技术、中药制药技术专业及药学专业药物制剂方向	92
45	化工制图	孙安荣	刘德玲	药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术	93
46	化工制图绘图与识图训练	孙安荣	刘德玲	药物制剂技术、生物制药技术、化学制药技术、中药制药技术	94
47	药物合成技术***	唐跃平		化学制药技术	95
48	制药过程原理及设备	印建和		化学制药技术	96
49	药物分离与纯化技术	张雪荣		化学制药技术	97
50	生物制药工艺学	陈电容	朱照静	生物制药技术	98
51	生物制药工艺学实验实训	周双林		生物制药技术	99
52	生物药物检测技术	俞松林		生物制药技术	100
53	生物制药设备***	罗合春		生物制药技术	101
54	生物药品***	须 建		生物制药技术	102
55	生物工程概论	程 龙		生物制药技术	103
56	中医基本理论	唐永忠		中药制药技术	104
57	实用中药	严 振	谢光远	中药制药技术	105
58	方剂与中成药	吴俊荣		中药制药技术	106
59	中药鉴定技术	杨嘉玲	李炳生	中药制药技术	107
60	中药药理学	宋光熠		中药制药技术	108
61	中药化学实用技术	杨 红	冯维希	中药制药技术	109

序号	教材名称	主 编	适用专业
62	中药炮制技术	张中社	中药制药技术
63	中药制药设备	刘精婵	中药制药技术
64	中药制剂技术	汪小根 刘德军	中药制药技术
65	中药制剂检测技术	梁延寿	中药制药技术
66	中药鉴定技能训练	刘 颖	中药制药技术
67	中药前处理技能综合训练	庄义修	中药制药技术
68	中药制剂生产技能综合训练	李 洪 易生富	中药制药技术
69	中药制剂检测技能训练	张钦德	中药制药技术

共 57 门主干教材, 12 门实验实训教材。☆ 为普通高等教育“十一五”国家级规划教材; * 部分专业或院校将无机化学与分析化学两门课程整合而成基础化学, 因此上述《基础化学》、《无机化学》、《分析化学》三种教材可由学校决定使用《基础化学》, 或《无机化学》、《分析化学》; ** 《实用药理学基础》由药物化学、药理学、药物治疗学三门课程整合而成编写的教材; *** 本教材有配套光盘。

全国高职高专药品类专业教育教材建设指导委员会

成员名单

主任委员

严振

广东食品药品职业学院

副主任委员

周晓明

山西生物应用职业技术学院

刘俊义

北京大学药学院

邬瑞斌

中国药科大学高等职业技术学院

委员

李淑惠

长春医学高等专科学校

彭代银

安徽中医学院

弥曼

西安医学院

王自勇

浙江医药高等专科学校

徐世义

沈阳药科大学高等职业技术学院

简晖

江西中医学院

张俊松

深圳职业技术学院

姚军

浙江省食品药品监督管理局

刘斌

天津医学高等专科学校

艾继周

重庆医药高等专科学校

王宁

山东医学高等专科学校

何国熙

广州医药集团有限公司

李春波

浙江医药股份有限公司

付源龙

太原晋阳制药厂

罗兴洪

先声药业集团

于文国

河北化工医药职业技术学院

毛云飞

扬州工业职业技术学院

延君丽

成都大学医护学院

前言

本书根据教育部制定的《高职高专教育专业人才培养目标及规格》和《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》文件精神,结合我国高职高专教育的发展特点,结合高职高专院校药品市场营销学教学现状、特点及职业教育的特色,并充分汲取近年来高职高专院校市场营销学课程教学改革的成功经验完成书稿。本教材在编写过程中,按照药品类专业,特别是药品经营与管理、药学专业的培养目标、培养规格与要求,根据《药品市场营销学》教学大纲的基本要求,为适应新形势下全国高职高专医药类专业教育发展的需要,坚持以培养高素质技能型专门人才为核心,以就业为导向、能力为本位、学生为主体的编写思想和原则,在卫生部教材办公室、全国高等医药教材建设研究会的组织规划下,确立本课程的教学内容、教学大纲,完成了本教材。药品市场营销学是药品经营与管理、药学、药物制剂技术、化学制药技术、生物制药技术、中药制药技术专业的专业课。以其极富科学性、理论性及实战性特色的基本理论、基本知识和基本实训技能,为药品经营与管理专业、药学专业等提供和建立必要的理论和实战基础。实践表明,具有良好市场营销学素养的专门人才,以工作适应能力、应变能力及创新能力强为其显著特点,活跃在医药领域中。因此,学好药品市场营销学,对于培养学习者创造性思维 and 创新能力,都具有十分重要的作用。

在编写本教材中,认真贯彻落实上述编写思想、原则和严格按照教学大纲的要求,对于基础理论切实贯彻“以应用为目的,以必需、够用为度”的原则,力求体现基础性、实用性、发展性三方面的和谐统一。重点阐明营销学的基本概念、基本理论和基本技能,简化理论知识的阐释。注重药品营销理论与药学专业、药品经营与管理专业在营销管理的实践相结合,编入适量实例解析,加强理论联系实际,充实应用实例的内容,“以例释理”,将基础理论融入大量的例题中;基本技能的培养,则贯穿于本教材内容的始终,针对岗位所需知识和能力结构进行了恰当的设计安排,使学生在具有必需的市场营销基础理论的基础上,重点掌握从事营销管理实践所需的市场营销基本理论、基本技能。为了增强学生学习的自觉性、目的性及教材内容的可读性、趣味性,激发学生学习的主动性,突出培养学生分析问题和解决问题的能力,提高学习质量,在教材中设立了“学习目标”、“课堂互动”、“实例解析”、“知识链接”、“知识拓展”、“学习小结”、“目标检测”等模块,希望对教学有所裨益。同时,为了使理论教学与实战教学紧密联系,在各章末安排了本章实训教学的内容,供各院校在教学中选用。并且,书末附有经过反复讨论修改、最后审定的《教学大纲》,可供各院校教学参考。

目前,国内高职高专医药类院校的建设日趋完善,药品市场营销学课程的授课也引起了越来越多的关注。基于在该领域多年的科研和教学实践,将药品市场的新特征溶入本教材,力图使学生和读者掌握市场营销的基本原理和方法,结合医药行业发展对市

场需求的研究,把握医药经济发展与市场运行对药品的需求特征,为学生分析和研究我国医药市场需求变化和未来趋势提供必要的理论工具。

本书在编排过程中凸现了以下特点:

第一,侧重市场营销理论分析,综合运用了市场学、管理学、组织行为学和战略管理的相关理论和方法。

第二,紧密结合市场营销实践,着重研究市场营销方法的可操作性,使其尽量能够应用于企业市场部运作的现实。

第三,采取教科书的编制体例,既有理论分析、方法分析,又有实践和复习思考题,是一本很好的教科书和参考书。

第四,资料翔实,内容丰富,语言简洁。

本书的编者遴选了多年工作在教学一线的资深教师,在编写过程中,力求教材内容体现科学性、先进性、实用性、通用性,具有鲜明的高职高专药品类专业、药品经营与管理专业特色。本教材董国俊担任主编,张兰芳、张丽担任副主编。董国俊对全书进行修改并总纂定稿。本书的编写分工为:第一章、第十三章由董国俊撰写,第二章由段立华撰写,第三章由刘徽撰写,第四章由张丽撰写,第五章由时健撰写,第六章由段文海撰写,第七章由戴宇撰写,第八章由沈枫撰写,第九章由张兰芳撰写,第十章由熊百妹撰写,第十一章、第十二章由王之炜撰写。

在本书的酝酿和编写过程中,承蒙人民卫生出版社、广东药学院、无锡卫生高等职业技术学校、山西生物应用职业技术学院、西安医学院、辽宁中医药大学职业技术学院、沈阳药科大学高等职业技术学院、河北化工医药职业技术学院、广东食品药品职业学院、浙江医药高等专科学校、重庆医药高等专科学校等院校及教务处的大力支持,在此一并表示深切的感谢!此外,在本书的编写过程中,我们参阅了大量的文献、资料,在此也向引文的作者们表示感谢!

我们希望本书的出版能够成为全国医药高职高专院校专科生、本科生及致力于市场营销学研究学者的案头书。

由于作者水平有限,参与药品营销实践活动也较为有限,书中无论在体系及内容上恐有不妥之处,谨请同行专家、学者以及广大读者朋友不吝赐教,批评指正。

董国俊

2008年8月

第一章 绪论	1
第一节 市场及药品市场	2
一、市场	2
二、药品市场	5
第二节 药品市场营销	8
一、市场营销的含义	8
二、药品市场营销	11
三、药品市场营销的特点	13
第三节 药品营销战略	14
一、市场营销战略的概念与特点	14
二、市场营销战略的构成要素	15
三、市场营销战略计划	16
四、市场营销计划	19
第四节 顾客让渡价值	20
一、顾客让渡价值的内涵	20
二、顾客购买的整体价值	21
三、影响顾客购买的成本因素	22
学习小结	23
目标检测	23
实训	24
第二章 药品市场	26
第一节 处方药市场	26
一、处方药的含义和分类	26
二、处方药市场的特点	27
三、处方药市场影响因素	28
第二节 非处方药市场	31
一、非处方药的含义及分类	31
二、非处方药市场的特点	32

三、非处方药市场的影响因素	33
四、处方药市场与非处方药市场的比较	33
第三节 保健品市场	36
一、保健品的含义和分类	36
二、保健品市场的特点	37
三、保健品市场的影响因素	37
第四节 原料药市场	39
一、原料药的含义和分类	39
二、原料药市场的特点	40
学习小结	43
目标检测	44
实训	46
第三章 药品市场营销环境	48
第一节 概述	49
一、药品市场营销环境的概念及其特点	49
二、市场营销环境的分类	52
三、市场营销环境分析的方法	53
第二节 药品宏观市场营销环境分析	54
一、人口环境	54
二、经济环境	56
三、自然环境	61
四、科学技术环境	63
五、政治和法律环境	65
六、社会文化环境	66
第三节 药品市场微观营销环境	67
一、药品供应商	67
二、药品企业本身	67
三、药品营销中介	68
四、竞争者	69
五、公众	70
学习小结	71
目标检测	72
实训	74
第四章 药品购买行为	76
第一节 药品消费者市场购买行为	77
一、药品消费者市场及其需求特征	77
二、药品消费者购买动机	78

三、药品消费者购买行为	80
四、影响药品消费者购买行为的因素	83
五、药品消费者购买决策内容	86
六、药品消费者购买决策过程	88
第二节 药品组织市场购买行为	90
一、药品组织市场及其需求特征	90
二、影响药品组织市场购买行为的因素	92
三、药品组织市场的购买决策	93
四、药品组织市场购买行为	95
学习小结	99
目标检测	99
实训	102
第五章 药品消费者分析	104
第一节 药品市场细分	105
一、什么是药品市场细分	105
二、药品市场细分的作用	106
三、药品市场细分的因素	107
四、药品市场细分的方法	111
五、有效市场细分的条件	112
第二节 选择目标市场	113
一、评估药品细分市场	114
二、目标市场选择的模式	114
三、满足目标市场的策略	115
四、影响目标市场策略选择的因素	117
第三节 药品市场定位	118
一、认识药品市场定位	118
二、药品市场定位的方向	119
三、怎样才是有效的市场定位	119
四、药品市场定位的步骤	120
五、市场定位策略	120
学习小结	123
目标检测	124
实训	126
第二篇 药品营销应用	
第六章 药品市场调研	129
第一节 概述	130

08 一、什么是市场调查	130
28 二、药品市场调查的意义和类型	130
68 三、药品市场调查的步骤	131
88 第二节 调查项目设计	132
09 一、概述	132
09 二、项目结构	133
59 第三节 问卷设计	138
29 一、问卷设计的目的	138
29 二、问卷设计的原则	138
99 三、调查问卷的结构	139
99 四、调查问卷的模式	141
501 五、问卷设计的程序	143
第四节 调查报告	145
401 一、调查报告的结构	145
201 二、撰写市场调查报告应注意的问题	148
20 学习小结	149
60 目标检测	149
70 实训	150
111	
第七章 药品生命周期及其策略	154
81 第一节 药品整体概念	155
41 第二节 药品生命周期的特点和策略	157
411 一、药品生命周期概念	157
211 二、药品生命周期各阶段的特点	159
711 三、药品生命周期各阶段营销策略	161
81 第三节 药品的新产品开发	168
411 一、新药的概念及种类	168
911 二、新药开发的意义	170
911 三、新药开发的程序	171
031 四、新药上市及风险评估	180
02 学习小结	183
22 目标检测	184
42 实训	186
621	
第八章 药品品牌与包装策略	188
第一节 药品品牌概述	188
一、品牌的定义	188
921 二、品牌的内涵	190
021 三、品牌的分类	191