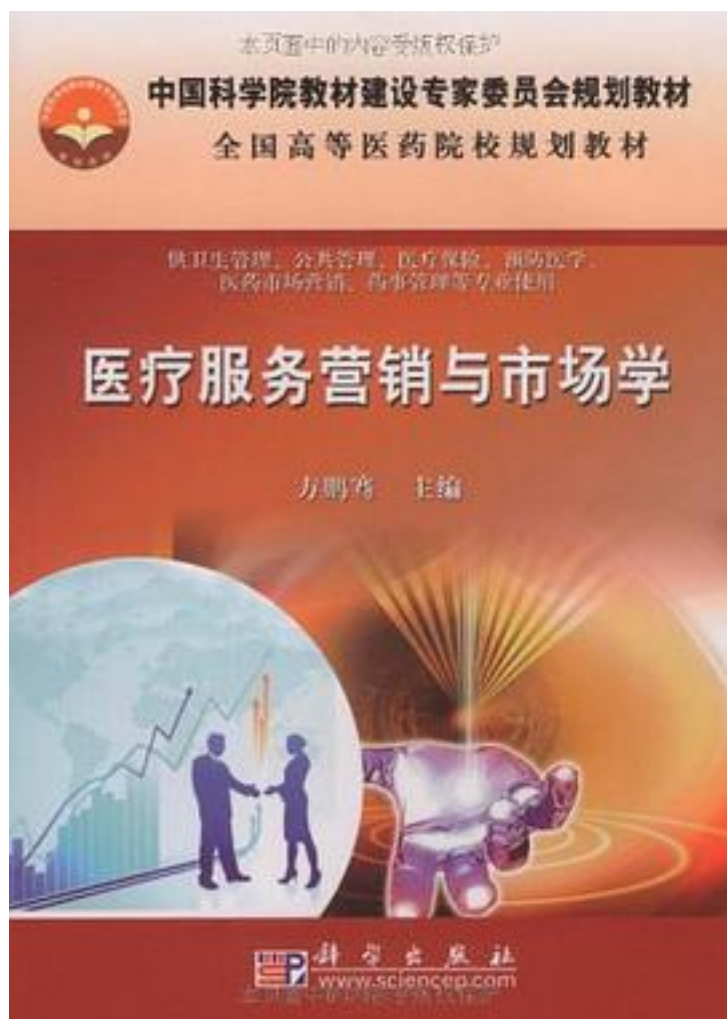


# 医疗服务营销与市场学



[医疗服务营销与市场学\\_下载链接1](#)

著者:方鹏骞 编

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787030269898

《医疗服务营销与市场学》以现代市场学与营销学的基本原理作为基础理论支持，结合

国内外医疗服务市场营销策略研究的最新进展与方法，基于医疗市场、医疗服务以及医疗产品的特殊性，并联系我国医疗卫生市场改革和发展的实际，通过对医疗服务市场中市场机制作用的把握和宏观及微观环境的分析，较系统地阐述了医疗服务市场营销的基本理论、营销策略及实施方法。其主要内容包括：市场学总论，医疗服务的特性及内容，医疗服务市场及环境的分析，市场调查与预测，市场细分，目标市场的选择与定位，市场需求分析，营销渠道策略，产品组合策略，服务价格策略，市场竞争策略等目前较为主流的市场学方法与营销方式。

《医疗服务营销与市场学》具有较强的针对性，可作为卫生管理、公共管理、医药市场营销、医疗保险等专业的高等院校本专科学生及研究生教材，也可作为医疗服务机构管理者、医药企业的管理者及营销人员的培训教材，亦可供致力于研究医疗市场开发与营销的读者作为自学参考书。

作者介绍:

目录:

[医疗服务营销与市场学\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[医疗服务营销与市场学\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[医疗服务营销与市场学\\_下载链接1](#)