

# 医药市场营销



[医药市场营销\\_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2010-4

装帧:

isbn:9787209052917

《医药市场营销学》内容简介：医药市场营销学是市场营销专业和药学专业的一门重要课程。近年来，医药市场营销理论研究取得了丰富的成果，随着医药营销模式转型，医药市场营销学在医药企业经营管理中受到越来越广泛的重视。作为实践性极强的一门学科，医药市场营销学在我国产生的时间并不长，但是由于我国医药市场的快速发展，医药管理体制的急剧变革，我国医药市场营销实践模式与理念在短短的20年里发生了剧烈的变化。这种变化对该学科的发展与成熟奠定了坚实的实践基础，同时也塑造了医药市场营销学的中国特色。但医药市场营销学教材建设却没有跟上理论与实践的发展步伐。在教材建设中重实践轻理论、多引进少创新、重国外轻国内的倾向比较突出。针对这种情况，几个医学院校从事市场营销专业的年轻理论工作者对我国医药市场营销实践进行梳理和反思，对当前医药管理体制和医药市场进行深刻剖析与研究，试图完善具有中国特色的医药市场营销学的理论框架、研究对象和方法论体系。他们在“必需、够用、留有余地”的编写指导原则下用较短的篇幅给学生提供相对完整的医药市场营销知识体系，从而使该书体现出“精炼、严密、深入浅出”的特点。《医药市场营销学》共分17章。

作者介绍:

目录:

[医药市场营销\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[医药市场营销\\_下载链接1](#)

书评

