

《非处方药》

图书基本信息

书名：《非处方药》

13位ISBN编号：9787117130486

10位ISBN编号：7117130482

出版时间：2010-9

出版社：人民卫生出版社

页数：510

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.tushu000.com

《非处方药》

内容概要

《非处方药(OTC)营销与实务》是在新医改的大背景下应运而生。国家基本药物制度实施伊始，《非处方药(OTC)营销与实务》深入探讨OTC药品企业的营销与实务，为该行业的持续健康发展略尽绵薄之力。

《非处方药(OTC)营销与实务》共十三章，详尽阐述中国OTC药品市场的发展现状、OTC药品的营销模式、渠道管理、终端建设、营销传播模式、促销方式等各个方面。《非处方药(OTC)营销与实务》汇集了多家医科大学及医药企业专业研究人员的研究成果，对OTC药品的营销实务作了翔实全面的分析。

《非处方药》

书籍目录

第一章 导论第二章 OTC药品市场发展现状第三章 OTC药品的营销模式第四章 OTC药品的渠道管理第五章 OTC药品营销的终端建设第六章 OTC药品营销的消费者行为分析第七章 OTC的营销传播模式第八章 OTC的促销方式第九章 OTC营销的广告策略第十章 OTC营销的包装策略第十一章 OTC的品牌营销策略第十二章 OTC的网络营销策略第十三章 中药OTC的营销模式参考文献

《非处方药》

编辑推荐

《非处方药(OTC)营销与实务》 人民卫生出版社出版。

《非处方药》

精彩短评

- 1、卖的也比较便宜，书看起来比西单图书大厦里面的质量好
- 2、如果想要初步了解一些 理论概念 可以阅读 但实际内容 时效性不强
- 3、写OTC的书籍很少，大部分做OTC的同学们 还停留在自我实践中。
- 4、内容很多，讲一个内容，还有案例
- 5、我做OTC多年想要一些这方面的，面这本就是我要的

1、《非处方药》的笔记-第1页

药品的品牌

- 1.绝大多数OTC药品没有专利保护，因此OTC产品只能依靠品牌作为保护自己权益的策略；
 - 2.药品品牌在OTC市场上起着关键作用，决定其价格和销量。一般情况下，OTC产品的价格是开放的。完全同质的药品，会由于知名度、包装的不同形成显著的差异。
- OTC全球药品市场的四大主导产品：感冒药、止痛药、维生素和消化道类疾病治疗药。

国家基本药物目录管理办法 关于建立国家基本药物制度的实施意见

《非处方药》

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.tushu000.com