الفهرس

المقدمة 13

الفصل الاول

الصناعات الدوائية

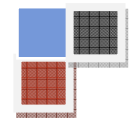
الفصل الأول 19
الصناعات الدوائية. 19
مقدمة 19
المبحث الأول : مفاهيم أساسية متعلقة بالأدوية 21
ماهية المنتوجات الدوائية ،وقواعد استعماله 21
مصادر الأدوية والصناعة الدوائية: 27
الصناعة الدوائية(الصيدلانية) 30
المواد الصيدلانية والأدوية: 37
المبحث الثاني : ماهية الأدوية الجنيسة و الأدوية التقليدية 43
ماهية الأدوية الجنيسة. 44
الطب الطبيعي:. 56
1- ماهية الطب التكميلي 56
1- 1: تعريف الطب التكميلي أو البديل. 57

المبحث الثالث :إنتاج (تصنيع) واستهلاك المنتوجات الدوائية 70
كيفية إنتاج الأدوية: 70
استهلاك المنتجات الدوائية 78

الفصل الثاني

خلفية عامة عن التسويق وبيئة العمل التسويقي

الفصل الثاني 93
خلفية عامة عن التسويق وبيئة العمل التسويقي 93
أبعاد النشاط التسويقي 94
النظرية الحديثة للتسويق: 100
أنواع التسويق: 112
مستويات وأهداف التسويق 119
أخلاقيات التسويق الدوائي 123
مفهوم أخلاقيات التسويق: 124
مجالات أخلاقيات التسويق 126
المبادئ والقيم الأخلاقية الخاصة بالمسوقين 127
السلوك الأخلاقي 131
بيئة التسويق الدوائي 134



المنتج(Product) : 136
السعر(Price) : 139
أشكال الأدوية ودورة حياة المنتوج الدوائي 143
أشكال الأدوية: 143
أسماء الأدوية و الأدوية المتشابهة: 146
دورة حياة المنتوج الدوائي: 148

الفصل الثالث

الأسواق الدوائية ودوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية

الفصل الثالث 157
الأسواق الدوائية ودوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية 157
الأسواق الدوائية: 158
كيف يتصرف واصفو الدواء ؟ 172
دوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية 179
البيئة التسويقية الدوائية 185
عناصر (عوامل) البيئة التسويقية للمنتج الصيدلاني: 186
تخطيط المنتج الدوائي 195
تخطيط المنتج الدوائي: 197

خواص الصناعات الصيدلانية (الدوائية) 200
إجراءات التخطيط الاقتصادي الصيدلاني (الدوائي): 202
تنظيم المنتج الدوائي 206
استراتيجيات المنتج الدوائي 229
مفهوم المنتج الدوائي، تصنيفه، خصائصه 229
جوانب استراتيجيات المنتج الدوائي: 232

الفصل الرابع

القرارات المرتبطة باستراتيجة المنتج الدوائي

(التعبيئة والتغليف والعلامة التجارية)

الفصل الرابع 255
القرارات المرتبطة باستراتيجة المنتج الدوائي (التعبيئة والتغليف والعلامة التجارية) . 255
استراتيجية تسعير المنتجات الدوائية 271
مفهوم السعر: 272
أهمية السعر في المزيج التسويقي: 275
خطوات تطوير استراتيجيه تسعير دوائي فاعلة 276
خطوات تطوير استراتيجيه التسعير: 280

استراتيجية ترويج المنتج الدوائي. 287
مفهوم الترويج الدوائي: 287
أهمية وأهداف الترويج الصحي الدوائي: 288
أهداف المغريات البيعية في الترويج الدوائي 291
المزيج الترويجي وعناصره: 296
استراتيجية توزيع الأدوية 299
مفهوم توزيع الأدوية ، أهميته، اعتباراته، معايير تقييم قنواته : 300
تاجر الأدوية بالجملة: 303
العلاقات بين قنوات التوزيع: 309
تحديد استراتيجية التوزيع: 312
التوزيع الإلكتروني للمنتجات الدوائية: 320
قيم ومبادئ وفنون ومهارات رجل البيع (مندوبي البيع) 322
فن البيع وما هي أهم مواصفات رجل البيع:(كافي: 2014) 322
وظائف ومهمات مندوبين البيع: 328
مهارات وسمات مندوبي البيع الناجح: 329
المراجع 335

