

中国医药教育协会

药教协培字[2022]第 052 号

关于举办“医药营销训”岗位能力培训的通知

各相关人员：

为了解决医药终端推广的现实压力，形成个人能力提升与行业效应增长相互促进的良性循环，中国医药教育协会与向日葵联合开展“医药营销师培训”项目。该培训内容区别于传统的医药销售工作，符合现代医药市场的实际需求，能够切实解决营销人才培养“时不俱进”的问题，从而提高医药市场营销的整体水平。

向日葵作为国内生命健康领域领先的服务电商平台，一直致力于帮助医药行业从业者提升专业服务能力与效率。为了让营销人才通过此次培训完成高速高质的职业成长，向日葵以“实务为主，理论为辅”的思路开发课程体系，“基本理论学习+具体操作讲解”涵盖了医药市场营销全阶段的重要环节。

现将有关事项通知如下：

一、组织单位

主办单位：中国医药教育协会

承办单位：重庆葵海数字科技有限公司

二、培训内容

(一) 市场营销学概述

- 1、市场营销概念；
- 2、医药市场营销学概述；
- 3、中国医药市场营销的指导思想。

(二) 医药消费者行为分析

- 1、医药消费者决策过程；
- 2、影响医药消费者购买决策的因素；
- 3、医药消费者购买行为模型与分类。

(三) 医药市场细分及目标市场营销

- 1、目标市场营销步骤；
- 2、医药市场细分概述；
- 3、医药市场细分的标准、原则与程序；
- 4、医药目标市场概述；
- 5、目标市场选择策略；
- 6、医药市场定位的方法。

(四) 医药市场调查

- 1、医药市场调查概述；
- 2、调查问卷设计。

(五) 医药市场需求预测

- 1、医药市场预测概述；
- 2、医药市场预测步骤；
- 3、医药市场预测方法。

(六) 医药产品策略

- 1、医药产品生命周期概述；
- 2、生命周期各阶段的营销策略。

(七) 医药产品价格策略

- 1、影响医药产品定价的因素；
- 2、医药产品定价方法；
- 3、医药产品定价策略。

(八) 医药产品分销渠道策略

- 1、医药分销渠道概述；
- 2、医药批发商概述；
- 3、医药零售商概述；
- 4、医药分销渠道设计与管理。

(九) 医药终端市场

- 1、医药终端市场概述；
- 2、医院终端市场概述；
- 3、药店终端市场概述；
- 4、医药第三终端概述。

(十) 医药合规营销

- 1、为何要打造医药合规营销计划；
- 2、医药行业合规领域的现状；
- 3、如何打造医药合规营销计划。

三、授课专家

每章节课程将邀请医药业界专家进行授课。

四、 培训对象

- 1、大型药厂中从事医学、市场营销工作的相关人员；
- 2、大型医药公司中从事医疗器械与药品营销工作的相关人员；
- 3、医药服务公司中从事医药营销工作的相关人员。

五、 培训形式

线上录播授课。

六、 培训时间和地点

时间：2022年3月1日至2022年12月31日

地点：线上

七、 培训考核和证书

学员需全程参与所有的课程学习，考核合格者，将获得由中国医药教育协会颁发的培训证书。本证书编号为唯一编码，其有效性可通过中国医药教育协会网站查询。

八、 收费标准和方式

培训费：100元/人。

注：此费用包含配套教材、教具、视频、证书申请及制作、发票开具，不包括证书及发票快递费用（为防丢失，统一到付、本人签收）。

收款单位信息：

户名：中国医药教育协会

开户行：中国工商银行北京市分行太平桥支行

账号：0200 0203 0901 4400 971

汇款请备注：医药营销师+学员姓名

九、报名方法及其它注意事项

1、报名方法：下载“向日葵联盟”软件，点击“医药营销师培训”项目，注册账号，并完成所有的课程学习。

2、结业形式：培训结束后，学员需要登录中国医药教育协会专业考试系统参加线上考试，70分以上为合格通过；70分以下为不通过。如果考试未达到合格分数，每位学员仅拥有1次补考机会。

3、培训证书：考核通过后，由中国医药教育协会颁发“医药营销师”岗位能力培训证书。

十、联系方式

向日葵联系电话：023-67872733

培训监督电话：010-52596050-6010

培训监督邮箱：cmea_pxts@126.com

附件：1、“医药营销师”培训课程目录



附件 1:

医药营销培训师培训课程目录						
序号	模块	课程	学习单元	课程内容	培训建议	课堂学时
1	市场营销学概述	市场营销学的相关理论及基本内容	(1) 市场营销概念 (2) 医药市场营销学概述 (3) 中国医药市场营销的指导思想	市场营销概念与相关理论基础 医药市场营销学基本概念与特点 全局观念、法制观念、创新观念等十二条指导思想	学习要点: (1) 初步认识医药市场营销学 (2) 了解中国医药市场营销的要求与标准	1
2	医药消费者行为分析	医药消费者行为概述, 影响医药消费者购买行为的因素	(1) 医药消费者决策过程 (2) 影响医药消费者购买决策的因素 (3) 医药消费者购买行为模型与分类	“发现需要-搜集信息-评价方案-实际购买-评价疗效”全过程解析 1) 文化因素 2) 社会因素 3) 家庭因素 4) 社会阶层因素 5) 心理因素 6) 心理因素 7) 情景因素 “刺激-反应模型”	学习要点: (1) 了解医药消费者购买行为模式、购买行为的主要类型 (2) 理解影响医药消费者购买行为的主要因素及其相互关系	1
3	医药市场细分及目标市场营销	医药市场细分的原则和标准	(1) 目标市场营销步骤 (2) 医药市场细分概述 (3) 医药市场细分的标准 (4) 医药市场细分操作	1) 市场细分 2) 目标市场选择 3) 市场定位 1) 医药市场细分定义与意义 2) 医药市场细分条件 1) 地理因素 2) 人口因素 3) 心理因素 4) 行为因素 1) 市场细分原则 2) 市场细分程序	学习要点: (1) 目标市场营销的步骤 (2) 了解医药市场细分的标准	1
		选择医药目标市场与定位	(1) 医药目标市场概述 (2) 目标市场选择策略 (3) 医药市场定位的方法	1) 医药目标市场基础定义 2) 医药目标市场的必备条件 1) 无差异性营销策略 2) 完全差异性营销策略 3) 集中营销策略 1) 利益定位 2) 使用人定位 3) 使用人定位 4) 竞争定位 5) 类别定位 6) 产品目录定位 7) 避强定位 8) 重新定位	学习要点: (1) 掌握目标市场选择策略 (2) 掌握医药市场定位的方法	1
4	医药市场调查	调查问卷表的设计, 医药市场调查的步骤与方法	(1) 医药市场调查概述 (2) 市场调查最常见方法: 调查问卷	1) 医药市场调查的作用 2) 医药市场调查的内容 3) 医药市场调查的步骤 1) 调查问卷设计步骤 2) 调查问卷设计原则 3) 调查问卷设计格式 4) 调查问卷提问原则	学习要点: 熟练掌握调查问卷设计的方法, 能够自行设计简单的调查问卷。	1
5	医药市场需求预测	市场需求定性测量方法	(1) 医药市场预测概述 (2) 医药市场预测步骤 (3) 医药市场预测方法	1) 医药市场预测的功能 2) 医药市场预测的内容 1) 准备阶段 2) 实施阶段 3) 跟踪阶段 1) 定量预测法 2) 定性预测法	学习要点: 熟练掌握医药市场预测的几种方法, 尤其是应用最广泛的定性测量法——德尔菲法	1
6	医药产品策略	医药产品市场生命周期及营销策略	(1) 医药产品生命周期概念、各阶段特点 (2) 生命周期各阶段的营销策略	1) 导入期 2) 成长期 3) 成熟期 4) 衰退期 1) 导入期 2) 成长期 3) 成熟期 4) 衰退期	学习要点: (1) 了解医药产品的生命周期各阶段的特点 (2) 产品生命周期各阶段的营销策略	1
7	医药产品价格策略	药品定价方法和策略	(1) 影响医药产品定价的因素 (2) 医药产品定价方法	1) 成本因素 2) 供求关系 3) 市场竞争 4) 消费心理 5) 法律政策 1) 成本导向定价法 2) 竞争导向定价法 3) 需求导向定价法	学习要点: 掌握医药药品定价的方法和策略	1
			(3) 医药产品定价策略	1) 折扣策略 2) 差别定价策略 3) 心理定价策略 4) 地理定价法 5) 促销定价法 6) 根据医药产品生命周期不同阶段实行定价策略		1

(续上一页)

医药营销师培训课程目录						
序号	模块	课程	学习单元	课程内容	培训建议	课堂学时
8	医药产品分销渠道策略	医药分销渠道的职能和类型	(1) 医药分销渠道概述	1) 医药分销渠道的定义 2) 医药分销渠道的功能 3) 医药分销渠道的类型	学习要点: (1) 初步了解分销渠道的含义、特点 (2) 了解批发商和零售商的相关概念 (3) 掌握分销渠道的设计和管理	1
			(2) 医药批发商概述	1) 医药批发商职能 2) 医药批发商类型 3) 医药批发商发展趋势		
			(3) 医药零售商概述	1) 医药零售商职能 2) 医药零售商类型 3) 医药零售商发展趋势		
			(4) 医药分销渠道设计与 管理	1) 医药分销渠道设计 2) 医药分销渠道管理		
9	医药终端市场	医药市场终端概述	(1) 医药终端市场概述	1) 医药终端市场定义 2) 医药终端市场分类	学习要点: 了解各个医药终端市场的特点与营销模式	1
			(2) 医院终端市场概述	1) 医院终端的药品营销特点 2) 医药终端的市场营销模式		1
			(3) 药店终端市场概述	1) 药店终端的特点 2) 药店终端的市场营销策略		
			(4) 医药第三终端概述	1) 医药第三终端市场前景 2) 医药第三终端的特点 3) 医药第三终端的营销模式		
10	医药合规营销	合规营销的标准和注意事项	(1) 为何要打造医药合规营销计划	1) 迫切性 2) 必要性 3) 前瞻性	学习要点: (1) 了解医药合规营销的标准 (2) 掌握医药合规营销的注意事项	1
			(2) 医药行业合规领域的现状	1) 政策环境 2) 社会环境 3) 行业环境		1
			(3) 如何打造医药合规营销计划	1) 个人层面 2) 企业层面 3) 社会层面		