



التسويق الدوائي



## التسويق الدوائي

### المقدمة:

تعتبر صناعة الدواء صناعة استراتيجية كبرى، نظرا لأنها تسهم في تحقيق السلام الاجتماعي وتوفر بعدا هاما لفهمور الأذن الوطني، وتعد الصناعات الدوائية أحد الحقوق الأساسية للإنسان لكونها تتعلق بصحته وحياته، كما تعتبر السياسية الدوائية جزءا أساسيا من عناصر وهكونات السياسة الصحية التي تستهدف تحقيق التوزيع العادل للخدمات الصحية.

لقد شكلت الصناعات الدوائية جزءا هاما من الصناعات الحديثة و الوطنية، خير دليل على ذلك الزيادة الكبيرة في عدد المصانع الدوائية والمستودعات التي تسعى بشكل دائم لتطويع البيات التسويقية لتحصل على الحصة السوقية الأكبر، و من هنا يشكل موضوع التسويق الدوائي جزءا هاما من العلاقة القائمة بين الصناعات الوطنية من جهة و التسويق القادر على توزيع هذا المنتج و زيادة معدل الربحية فيه من جهة أخرى.

يعد التسويق في الوقت الحاضر من المجالات الحيوية التي تهتم إحدى التحديات أمام المنظمات الخدمية بكافة أنواعها، فنحن بحق في عصر التسويق الذي أصبح يهتمل النسس التي يكون من خلالها الحكم بين المنظمات الناجحة والفاشلة وبين الرائدة في الصناعة الخدمية أو التابعة.

وقد أدركت معظم الدول، بغض النظر عن درجات تقدمها الاقتصادية أهمية دراسة وتطبيق مختلف المفاهيم التسويقية، ذلك لأن النهو الاقتصادي يعتمد على قدرة تلك الدول على تطوير أنظمة فعالة لتسويق ما لديها من خدمات على مستوى دولي.

### الفئات المستهدفة:

- العاملون في مجال التسويق الدوائي و التسويق الصحي.
- الموظفون في حقل العلاقات العامة بالشركات الدوائية.
- الموظفون في حقل التسويق و المبيعات بالشركات الدوائية.
- المكاتب التسويقية و مراكز البحث التسويقي.
- الصيادلة و الأكاديميون المهتمون بهذا المجال.

### الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- إتقان الأساليب المتقدمة في التسويق.
- فهم التقنيات المعاصرة في التسويق و الترويج الدوائي.
- التعرف على أخلاقيات المهنة.
- إتقان البيات وضع الخطط التسويقية.
- رفع مستوى القدرات الادارية للعاملين في قطاع الصناعة الدوائية.
- ربط استراتيجيات الصناعة الدوائية بحاجات السوق.

### الكفاءات المستهدفة:

- الصناعات الدوائية.
- إنتاج تصنيع واستهلاك المنتوجات الدوائية.
- أخلاقيات التسويق الدوائي.
- أشكال الندوية ودورة حياة المنتوج الدوائي.
- الأسواق الدوائية ودوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاه الندوية.

## محتوى الدورة الوحدة الأولى، الصناعات الدوائية:

- مفاهيم أساسية وتعلقة بالدوية
- ماهية المنتجات الدوائية، وقواعد استعماله
- مصادر الأدوية والصناعة الدوائية
- الصناعة الدوائية الصيدلانية
- المواد الصيدلانية والأدوية
- الطب الطبيعي
- تعريف الطب التكميلي أو البديل

## الوحدة الثانية، إنتاج تصنيع واستهلاك المنتجات الدوائية:

- كيفية إنتاج الأدوية
- استهلاك المنتجات الدوائية
- خلفية عامة عن التسويق وبيئة العمل التسويقي
- أبعاد النشاط التسويقي
- النظرية الحديثة للتسويق
- أنواع التسويق
- مستويات وأهداف التسويق

## الوحدة الثالثة، أخلاقيات التسويق الدوائي:

- مفهوم أخلاقيات التسويق
- مجالات أخلاقيات التسويق
- المبادئ والقيم الأخلاقية الخاصة بالمسوقين
- السلوك الأخلاقي
- التسويق الدوائي
- المنتج Product
- السعر Price

## الوحدة الرابعة، أشكال الأدوية ودورة حياة المنتج الدوائي:

- أشكال الأدوية
- أسماء الأدوية و النودوية المشابهة
- دورة حياة المنتج الدوائي
- المنتجات الجديدة
- دراسة السوق و حجم الطلب

## الوحدة الخامسة، الأسواق الدوائية ودوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية:

- الأسواق الدوائية
- كيف يتصرف واصفوا الدواء ؟
- دوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية
- البيئة التسويقية الدوائية
- عوامل البيئة التسويقية للمنتج الصيدلاني