



التسويق الدوائي



التسويق الدوائي

المقدمة:

تعتبر صناعة الدواء صناعة استراتيجية كبيرة، نظراً لأنها تسهم في تحقيق السلام الاجتماعي وتتوفر بعدها لها لفهمون النهن الوطني. وتعد الصناعات الدوائية أحد الحقوق الأساسية للإنسان لكونها تتعلق بصحته وحياته. كما تعتبر السياسة الدوائية جزءاً أساسياً من عناصر ومقومات السياسة الصحية التي تستهدف تحقيق التوزيع العادل للخدمات الصحية.

لقد شكلت الصناعات الدوائية جزءاً هاماً من الصناعات الحديثة والوطنية، خير دليل على ذلك الزيادة الكبيرة في عدد المصانع الدوائية والمستودعات التي تسعى بشكل دائم لتطويراليات تسويقية لتحصل على الحصة السوقية الكبيرة، ومن هنا يشكل موضوع التسويق الدوائي جزءاً هاماً من العلاقة القائمة بين الصناعات الوطنية من جهة و التسويق القادرعلى توزيع هذا المنتج و زيادة معدل الربحية فيه من جهة أخرى.

بعد التسويق في الوقت الحاضر من المجالات الحيوية التي تتشكل إحدى التحديات أمام المنظومات الخدمية بكافة أنواعها، فنحن بحاجة في عصر التسويق الذي أصبح يوشك النحس التي يمكن من خلالها الحكم بين المنظمات الناجحة والفاشلة وبين الراندة في الصناعة الخدمية أو التابعة.

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

الفئات المستهدفة:

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

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- اتقان النساليب المتقدمة في التسويق.
- فهم التقنيات المعاصرة في التسويق والتوزيع الدوائي.
- التعرف على أخلاقيات المهنة.
- اتقاناليات وضع الخطط التسويقية.
- رفع مستوى القرارات 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.
- النسواق الدوائية ودوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاهه الندوية.

محتوى الدورة الوحدة الأولى، الصناعات الدوائية:

- مفاهيم أساسية و المتعلقة بالندوية
- و أهمية المنتوجات الدوائية، وقواعد استعماله
- مصادر الندوية والصناعة الدوائية
- الصناعة الدوائية الصيدلانية
- الموارد الصيدلانية والندوية
- الطب الطبيعي
- تعريف الطب التكميلي أو البديل

الوحدة الثانية، إنتاج تصنيع واستهلاك المنتوجات الدوائية:

- كيفية إنتاج الندوية
- استهلاك المنتوجات الدوائية
- خلفيية 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
- Product
- Price

الوحدة الرابعة، أشكال الندوية ودورة حياة المنتوج الدوائي:

- أشكال الندوية
- أسماء الندوية و الندوية المتشابهة
- دورة حياة المنتوج الدوائي
- المنتوجات الجديدة
- دراسة السوق و حجم الطلب

الوحدة الخامسة، الأسواق الدوائية ود الواقع السلوكي الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية:

- السوق الدوائية
- كيف يتصرف واصفوا الدواء ؟
- د الواقع السلوكي الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية
- البيئة التسويقية الدوائية
- عوامل البيئة التسويقية لمنتج الصيدلاني