



Marketing Pharmacological

# التسويق الدوائي



الدكتور مصطفى يوسف كافي

## 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

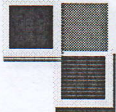
المبحث الثاني : ماهية الأدوية الجنيسة و الأدوية التقليدية . . . . . 43

ماهية الأدوية الجنيسة. . . . . 44

الطب الطبيعي: . . . . . 56

1- ماهية الطب التكميلي. . . . . 56

1- 1: تعريف الطب التكميلي أو البديل. . . . . 57

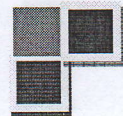


70	المبحث الثالث: إنتاج ( تصنيع) واستهلاك المنتجات الدوائية . . . . .
70	كيفية إنتاج الأدوية: . . . . .
78	استهلاك المنتجات الدوائية . . . . .

## الفصل الثاني

### خلفية عامة عن التسويق وبيئة العمل التسويقي

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



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

### الفصل الثالث

#### الأسواق الدوائية ودوافع السلوك الشرائي للمستهلك اتجاه الأدوية

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



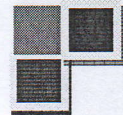
200	خواص الصناعات الصيدلانية (الدوائية) . . . . .
202	إجراءات التخطيط الاقتصادي الصيدلاني (الدوائي): . . . . .
206	تنظيم المنتج الدوائي . . . . .
229	استراتيجيات المنتج الدوائي . . . . .
229	مفهوم المنتج الدوائي، تصنيفه، خصائصه . . . . .
232	جوانب استراتيجيات المنتج الدوائي: . . . . .

## الفصل الرابع

### القرارات المرتبطة باستراتيجية المنتج الدوائي

#### (التعبئة والتغليف والعلامة التجارية)

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



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

