

省级精品资源共享课程建设项目

申报书（本科）

推 荐 单 位 陕西国际商贸学院

课 程 学 校 陕西国际商贸学院

课 程 名 称 药品营销学

课 程 类 型 ☐公共基础课 ☐专业基础课 ☒专业课 ☐其他

所属一级学科名称 管理学

所属二级学科名称 工商管理类

课 程 负 责 人 刘 妤

填 报 日 期 2014 年 6 月

陕西省教育厅 制

二〇一四年四月

填 写 要 求

1. 以 word 文档格式如实填写各项。
2. 表格文本中外文名词第一次出现时，要写清全称和缩写，再次出现时可以使用缩写。
3. 有可能涉密和不宜大范围公开的内容不可作为申报内容填写。
4. 课程团队的每个成员都须在“2. 课程团队”表格中签字。
5. “8. 承诺与责任”需要课程负责人本人签字，课程建设学校盖章。

1. 课程负责人情况

基本情况	课程负责人	刘好	性 别	女	出生年月	1977. 3
	最终学历	博士	专业技术职务	副教授		
	学 位	研究生	行政职务	无		
	所在院系	陕西国际商贸学院商学院市场营销系				
	通信地址（邮编）	陕西省西安市西咸新区沣西新城大学园统一西路 35 号（712046）				
	研究方向	工商管理				
	是否曾获省级精品课程称号	否	曾获省级精品课程称号年份		原省级精品课程负责人	
教学情况	现课程负责人近三年讲授本课程情况；近五年来讲授的主要课程（含课程名称、课程类别、周学时；学生届数及学生总人数）（不超过五门）；承担的实践性教学任务（含实验、实习、课程设计、毕业设计/论文，学生总人数）；主持的教学研究课题（含课题名称、来源、年限）（不超过五项）；作为第一署名人在国内外公开发行的刊物上发表的教学研究论文（含题目、刊物名称、时间）（不超过五项）；获得的教学表彰/奖励（不超过五项）；主编的省部级及以上规划教材、获奖教材（不超过五项）：					
	（1）课程负责人近三年讲授本课程情况					
	课程名称	课程类别	周学时	学生届数	学生总人数	
	药品营销学	专业课	2	2010 级	85	
	药品营销学	专业课	3	2011 届	117	
	（2）近五年来讲授的主要课程					
	课程名称	课程类别	周学时	学生届数	学生总人数	
	国际贸易理论与实务	专业课	4	2011 级本科	119	
	客户关系管理	专业课	4	2010 级本科	85	
	药品营销学	专业课	6	2009—2011 级市营本科	245	
药品营销学	专业课	3	2009—2010 级医营专科	182		
药品营销学	专业课	3	2009—2010 级市营专科	212		
（3）指导本科学生论文共 15 人。						
（4）主持课题：陕西省教育厅项目：《高校国际经济与贸易专业学生实践能力培养改革与创新》（2011 年）。						

学术研究	<p>课程负责人近五年来承担的学术研究课题（含课题名称、来源、年限、本人所起作用）（不超过五项）；在国内外公开发行人物上发表的学术论文（含题目、刊物名称、署名次序与时间）（不超过五项）；获得的学术研究表彰/奖励（含奖项名称、授予单位、署名次序、时间）（不超过五项）：</p> <p>（1）课程负责人近五年承担的学术研究课题：</p> <p>①陕西省教育厅科研项目：《新农村建设中陕西农村合作经济组织发展的体制机制瓶颈与对策研究》（2013 年），第一参与人。</p> <p>②陕西国际商贸学院校级重点课题，《陕西民办养老机构的运营管理研究》（2013 年），参与。</p> <p>（2）论著：</p> <p>①《国家税收》[M]. 西南交通大学出版社, 2012 年 8 月, 第一版, 参编。</p> <p>（3）论文：</p> <p>①《An Empirical Study of E-logistics System Based on Tibet Logistics Industry》[J], Asian Agricultural Research, 2013 年, 独著。</p> <p>②《An Empirical Study of Customer Intentions by Using Logistics Information systems》[J], Emerging Technologies for Information Systems, Computing, and Management, 2013 年, 独著。</p> <p>③《浅析中韩经贸合作的现状与展望》[J], 现代商业, 2012 年, 独著。</p> <p>④《西藏物流产业发展的战略意义与对策思考》[J], 安徽农业科学, 2013 年, 独著。</p> <p>⑤《我国第三方物流发展现状与对策研究》[J], 中小企业管理与科技, 2013 年, 独著。</p>
------	--

2. 课程团队

课程团队结构	姓名	性别	出生年月	专业技术职务	学科专业	在本课程中承担的工作	签字
	刘美鸽	女	1979.09	副教授	市场营销	主讲	
	段晓鸽	女	1980.04	讲 师	经济学	主讲	
	郭利	女	1980.02	讲 师	市场营销	主讲	
	陈清风	女	1983.02	讲 师	金融数学	承担部分章节授课	
	杨茜	女	1984.10	讲 师	行政管理	承担部分实验章节授课	
	刘育玲	女	1985.02	助 教	食品市场与营销	承担部分章节授课	
课程团队整体素质及青年教师培养	<p>课程团队(含优秀的教育技术骨干和行业背景专家)的知识结构、年龄结构、学缘结构、师资配置情况、近五年培养青年教师的措施与成效:</p> <p>参与《药品营销学》课程教学工作的是一支具有良好专业知识、专业素质和较强责任心的师资队伍。所有教师都具有本科及以上学历,其中博士研究生1名,硕士研究生6名,在读研究生1名,本课程教师以中青年教师为主,平均年龄33岁,具有较好的学缘结构。</p> <p>在青年教师培养方面,帮助和鼓励青年教师攻读博士、硕士学位。先后派出各位教师外出进修、参加学术会议。对刚毕业的青年教師安排資深教师进行一对一的导师制培育,并必须通过青年教师导师制公开汇报课的考核。青年教师每年寒暑假期间必须有2-3名教师有一个假期到步长集团各销售部进行实践(双师)培训,使青年教师的理论与实际结合,拓宽青年教师的视野,增强其医药产品营销实务操作能力,提升讲课质量及水平。科研方面,组织课题申报交流会,鼓励并指导青年教师申报省市校的科研课题、校内横向课题或和其他院校、科研单位联合申报课题。</p>						

教学改革与研究	<p>近五年来教学改革、教学研究成果及其解决的问题（不超过十项）：</p> <p>教学改革方面：①灵活多变的课程教学方法。通过案例教学法和任务驱动教学法激发学生的自主学习能力和创新精神。采用互动式教学方式，针对一些难点和重点，创设思考题让学生进行讨论，通过提问或研讨分析的方式实现教师与学生之间的互动。②由医药企业营销经理进行课堂教学，以带给学生最前沿的医药行业信息和不同医药企业的企业文化。③利用假期将该方向骨干教师分期安排到步长公司各个销售部去实践进修，了解行业和市场前沿信息，学习体验医药企业企业管理运营模式，以提高课堂质量。④加强实习教学改革。继续加大与步长公司及其他医药企业等校外实习基地的合作力度，定期安排学生参加专业实习活动。在实习过程中，进一步拓展和深化实习内容、变换实习方式，加强针对性和实效性。⑤改革课程考核方式。将课程考核融入到课程教学过程的各个环节，即成绩来自不同课堂、不同老师、不同考场，使得考核成绩既能反映学生在不同课堂上的表现，又反映了学生对课程内容的掌握，以及学生在企业实践活动中的实务操作能力。</p> <p>教学研究成果及解决的问题方面：现已编教材：《药品推广》，田玉先、胡翮主编。①根据教学内容与课程体系的改革，编写教材一部，并不断的对该教材部分内容进行局部修改及补充新内容。②定时或不定时组织教师进行集体备课。采用资源共享的原则，研究讨论教学过程中出现的问题和改进的方法。</p>
---------	--

3. 课程建设

详细介绍课程持续建设和更新情况：

自 2004 年以来，药品营销学课程已经经过了近十年的发展。该课程的理论教学与实践教学经过医药营销教研室相关教师积极地教学探索，大力的改革、创新与重组，课程建设水平不断提高，课程内容更为完善，教学方式更加科学，教学手段更为先进，教学水平及教学质量得到了大幅的提高。2010 年，我们已经编写《药品推广》教材一部，至今该教材经过三年的使用，其内容不断更新，课程讲义已经进行了大幅度的修改，内容更加完善，实务操作更加突出，更为适合应用型本科的课程教学要求。近年来，其课程持续建设与更新情况如下：

（1）2004-2010 年 课程建设阶段

该阶段主要在在教学方法和教学手段上进行探讨和改革。随着我院教学硬件设施的不断完善，我们在《药品推广》课程教学实践中摸索总结出一系列的教学模式，这一系列的教学模式以学生为中心，在学生对问题的提出和认识的基础上展开教学。特别是 2008 年以来，医药营销教研室先后探索了医药营销教研室先后探索了启发式教学法、三段式教学法、互动教学法，受到了学生一致的好评。

（2）2010-2013 年 课程提升阶段

一方面，在教学模式上依然以学生为中心。在教学方法上进行持续改革，先后尝试将案例研究教学法、情景教学法、项目小组学习法应用于实践教学与课堂讲授中，收效较好。另一方面，医药营销教研室组织编写和出版了教材一部。《药品营销学》，华中科技大学，2010 年版。第三，开展医药营销课程相关教师的集体备课，着手完善医药营销教学内容，并不断充实电子版教案及 PPT 课件。截止目前已基本形成教学案例库共享平台。

（3）2013-2014 年 课程内容改革阶段

第一，大胆引进实践一线的教师，开展了医药营销方面的专题报告。其中，2013 年 4 月，我们邀请到了步长医药市场一部经理作了题为“医药营销行业发展趋势”的专题报告。2014 年 3 月，步长医药市场三部经理作了题为“医药营销人员核心能力与职业生涯”专题报告会。

第二，创新实训内容。先后开展了“对咸阳市端午节药店促销活动的市场调研”，并以小组为单位，组织了 PPT 汇报会，收到了良好的效果。另外，针对本科生进行了医院药品推广会的模拟实训，亦收到了良好的效果。目前，这些实训已经确定为每届学生的必备实训内容。

第三，医药营销教研室进一步对自编教材《药品营销学》的内容进行修订与补充。该教材已于 2013 年完成了内容调整与更新，使该教材更符合应用技术型本科的课程要求。目前正在等待出版。

之后，我们将完成对该课程视频、案例库、试题库等相关教学资料的持续更新与补充。

4. 课程内容

课程的内容、结构、知识点、课时等方面的组织安排：

第一章 市场营销学与药品营销学概述（4 学时）

（1）教学内容

- ①了解市场营销学概述；
- ②掌握药品营销学的产生与发展；
- ③掌握服务营销、关系营销、整合营销、绿色营销等概念；
- ④了解药品营销学的研究内容、方法及意义。

（2）重、难点提示

- ①药品营销学的产生及在中国的理论与实践的发展；
- ②药品营销学的研究内容、方法与意义。

第二章 医药市场调查与预测（3 学时）

（1）教学内容

- ①医药市场调查；
- ②医药市场预测。

（2）重、难点提示

- ①医药市场调查问卷设计的有关问题；
- ②医药市场预测的常用方法及其各方法的优缺点。

第三章 医药市场营销环境分析（7 学时）

（1）教学内容

- ①了解医药市场营销环境分析的意义；
- ②着重掌握医药政治法律环境分析的内容；
- ③能够对医药市场的竞争环境进行分析；
- ④了解医药科技环境分析；
- ⑤了解医药经济环境分析；
- ⑥了解社会文化环境分析。

（2）重、难点提示

①掌握医药政治法律环境分析的内容；

②着重掌握医药市场竞争环境分析的内容。

第四章 医药消费者行为分析（4 学时）

（1）教学内容

①把握医药消费者购买行为分析；

②重点把握医药消费者市场购买行为及其特点分析；

③理解医药组织市场的分类及各类组织市场行为分析。

（2）重、难点提示

①重点掌握影响患者用药行为、医生处方行为的因素；

②掌握三种类型医药组织市场的购买决策过程，并进行三者的比较。

第五章 医药企业市场营销战略（2 学时）

（1）教学内容

①了解医药企业战略与医药营销战略的异同；

②熟悉评价企业战略业务单位的主要方法，以及制订新业务计划的主要战略，并进一步了解市场营销战略管理的任务及过程；

③熟练掌握医药营销方案的内容。

（2）重、难点提示

①重点掌握医药营销方案的制定；

②掌握各种企业战略理论的内涵并能够应用于实践。

第六章 医药市场细分和目标市场选择（2 学时）

（1）教学内容

①掌握医药市场细分相关理论；

②着重掌握药品目标市场策略；

③了解医药市场定位；

④医药目标市场与道德问题。

（2）重、难点提示

①掌握药品市场细分的概念、作用以及依据和方法；

②掌握药品目标市场的概念、类型、影响其选择的重要因素、目标市场策略等。

第七章 医药产品策略（4 学时）

（1）教学内容

- ①掌握药品整体概念及药品生命周期的有关理论；
- ②着重掌握药品组合策略和新药开发策略；
- ③了解商标与商标策略；
- ④熟练掌握药品包装策略。

（2）重、难点提示

①药品整体观念与大质量观念，药品寿命周期几个阶段特点，新药的概念及特征等；

- ②商标的概念，商标运用策略；
- ③药品包装的设计原则、药品包装说明等。

第八章 药品定价策略（4 学时）

（1）教学内容

- ①掌握药品价格体系中的基本概念；
- ②掌握药品定价策略因素及方法；
- ③熟练掌握药品定价的基本策略。

（2）重、难点提示

①对药品定价方法的掌握，包括成本导向定价法、竞争导向定价法、需求导向定价法；

- ②企业药品定价的依据、定价的基本策略。

第九章 药品分销渠道策略（2 学时）

（1）教学内容

- ①掌握医药分销渠道设计；
- ②掌握医药分销渠道管理；
- ③了解我国现行药品渠道模式及发展趋势。

（2）重、难点提示

①药品分销渠道、药品实体分销的概念，分销渠道模式的选择及具体渠道的选择决策，中间商的选择，实体分销决策的主要内容；

- ②药品分销渠道的基本模式及其构成基础，实体分销的职能；
- ③各类中间商的特点和作用，分销渠道的功能，实体分销的作用及发展趋势。

第十章 药品促销策略（6 学时）

（1）教学内容

- ①掌握医药促销的途径与策略；
- ②了解医药人员的推销；
- ③熟练掌握药品广告策略；
- ④掌握医药营销公共关系。

（2）重、难点提示

①掌握促销、公共关系、营业推广的概念，促销策略的选择，人员推销的特点、任务及顺序，推销人员的选择和培训，企业公共关系策略，广告策略，营业推广策略；

- ②能够组建推销团队，能够进行广告媒体的选择；

第十一章 国际医药市场（2 学时）

（1）教学内容

- ①了解国际药品市场环境；
- ②了解国际药品品种选择，药品分销渠道的选择；
- ③掌握国际药品市场定价策略和促销策略；

（2）重、难点提示

- ①国际药品市场分销渠道的选择，定价策略及促销策略；
- ②熟悉国际药品的品种。

5. 课程资源

资源特色
<p>(1) 扩充性资料使用情况</p> <p>①教研室配备药品营销学参考书与工具书，校图书馆有丰富的著作、期刊可供广大师生参考。另外教研室配备了电脑、打印机等多种设备供教师使用，保证了本课程的多媒体教学的制作。</p> <p>②课堂教学中为学生指定自主学习的参考书目和扩充性学习的文献资料。</p> <p>③校园网上为学生提供了扩充性资料书目和医药营销学相关学术期刊名称。</p> <p>④已经建成一年的网上精品课程其访问量达 8947 人次。</p> <p>(2) 实践性教学环境</p> <p>学院先后与步长集团事业特部、步长集团事业一部建立了校企共建项目，进一步培养学生医药营销实操能力。</p>
基本资源清单
<p>(1) 课程介绍</p> <p>(2) 课程大纲</p> <p>(3) 教学日志</p> <p>(4) 授课教案</p> <p>(5) 电子课件</p> <p>(6) 教学录像</p> <p>(7) 例题习题</p> <p>(8) 文献资源</p> <p>(9) 实验实训实习</p> <p>(10) 问题答疑</p> <p>(11) 试卷</p>

拓展资源清单及建设使用情况

（1）案例库

自 2011 年，对药品营销学课程相关案例进行了大量的整理，建立了医药营销案例库。2012、2013 年针对医药营销领域的新发展，分别于暑期组织相关教师，对案例库进行了新案例的补充。对案例库内容进行了新的完善。

（2）在线自测

近年来，针对医药促销、医药营销宏微观环境等知识点，逐渐形成了自测题，并于 2013 年 6 月做成电子版，建立了网上共享平台。

（3）专题讲座库

2013 年 3 月开始着手建立专题讲座库，我们先后邀请到了步长医药市场一部经理作了题为“医药营销行业发展趋势”的专题报告，邀请步长医药市场三部经理作了题为“医药营销人员核心能力与职业生涯”专题报告会，并将讲座内容编入了专题讲座库。

（4）素材资源库

素材资源库是目前药品营销学课程正在筹建的项目之一。

6. 课程评价

自我评价、同行专家评价、学校评价、学生评价、社会使用评价等：

（1）自我评价

“药品营销学”课程作为市场营销专业的专业方向课，该课程利用市场营销课程的分析框架，结合医药领域营销的实务，具有很强的实践性。本课程的主要特色是“管理实践+知识教学+校企联合实训（跟步长集团合作）”的实践教学体系，该课程适合应用型本科课程建设的要求。药品营销学课程相关任课教师授课思路清晰、论述严谨，课堂气氛活跃，教学效果好，各位老师在历年的教学测评中均深得学生赞誉。然而，我院开设的《药品营销学》课程与国内同类课程相比较，处于发展阶段，仍然存在着诸如医药营销案例库有待完善，学术梯队建设有待加强，教学设施有待改进，医药营销实务界人士进课堂受到各种条件的限制等方面的不足。而精品课程建设将是一个新契机，这将更深入的推荐药品营销学课程的改革与建设。

（2）西藏民族学院董祥宾教授对该课程的评价

陕西国际商贸学院药品营销学课程设计特色鲜明、合理，能够体现其资源优势。教学大纲编写严谨，教学任务书、教学进度表、辅助教学文件齐全、科学。该课程教学内容、教学手段、使用的自编教材以及各个教学环节全面体现了本科教育的要求，教学效果整体优秀。特别是该课程的授课中，能够突出学生医药营销实务能力的培育。教师教学经验丰富，教学方法灵活多变，教学手段先进。

（3）步长制药副总裁、高级营销师薛人琿先生对该课程的评价

陕西国际商贸学院药品营销学课程的设置，能够突出培育学生医药营销实务操作能力。该学院毕业的学生，在药店药品销售、医药学术推广、医院药品销售中具有上手快、能吃苦，创新意识强、沟通表达能力强的特点。另外，学生的医药营销相应法律法规、国家医药政策、药学理论与医药营销人员营销道德、职业道德等知识结构较为完整，比较符合医药企业对于医药营销人才的要求。

（4）学校评价

商学院药品营销学课程的设置，能够结合学校校企合作背景及学校特色资

源，具有一定的先进性。其课程设置严谨，教学资料完备，教学内容符合应用型本科建设的要求。该课程教学师资队伍稳定，师资结构较为合理，符合我校精品课程建设要求。

（5）学生评价

教师能够采用多种授课方式。特别是案例教学法，能够让我们深入的分析、评价医药企业的营销事件。该课程课堂内容丰富且能够适时更新。通过学习，我们对药品招标采购、医药行业政策法规、国内外医药营销行业概况等有深入的了解。课程实践性强，涉及到了 OTC 药品操作实务、医药代表实务、连锁药店药品营销学等各个方面。课堂气氛活跃，教师授课积极性高，师生互动较好。

7. 学校政策支持

(1) 所在高校鼓励精品课程建设的政策文件、实施情况及效果

①学校制定了《陕西国际商贸学院精品课程建设管理办法》及精品课程建设长效机制，以课程建设促专业建设。

②学校设立精品课程专项经费，纳入学校年度预算，专款专用。精品课程建设经费主要用于课程调研、教学资料、课程网站建设、课件制作、试题库开发以及小型教学设备等。

③学校制定多种奖励机制，鼓励教师参与课程建设。

(2) 对本课程后续建设规划的支持措施

①我校将继续推行并完善相关对精品课程的鼓励和支持政策。

②学校、学院将会一如既往地整合各方面的资源，为本课程的建设提供人力、物力和政策上的支持。

③加大外派青年教师进修、访问学者，提高学术水平，鼓励青年教师报考上一级研究生学位深造。

④继续引进高学历的人才、或引进该专业的确有专长的高层次人才，带动该课程的科研和教学水平的提升。

8. 承诺与责任

1. 学校和课程负责人保证课程内容不存在政治性、思想性、科学性和规范性问题；

2. 学校和课程负责人保证申报所使用的课程资源知识产权清晰，无侵权使用的情况；

3. 学校和课程负责人保证课程资源及申报材料不涉及国家安全和保密的相关规定，可以在网络上公开传播与使用。

课程负责人（签字）

年 月 日

9. 学校推荐意见

（公章）

负责人（签字）

年 月 日