

**توصيف مقرر دراسي**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **قسم:** | | **كلية:االصيدلة** | | |
| **CPPH104** | **رمز المقرر** | **الاعلام والتسويق الصيدلاني** | | **اسم المقرر** |
| **لا يوجد** | **المتطلب السابق** | **عملي:** | **نظري:2** | **الساعات المعتمدة:2** |

|  |  |
| --- | --- |
| **التوصيف** | |
| يهدف المقرر الى:  -1 التعرف على العناصر النموذجية في دراسات الجدوى الخاصة بإنشاء الصيدلية  -2 التعرف على العملية التنظيمية لمهنة الصيدلة في سورية  -3 فهم عملية الإدارة المالية للصيدلية  4-التعرف على أساسيات الإعلام والتسويق الصيدلاني | |
| **المحتوى** | |
| |  | | --- | | **1- مفهوم التسويق الدوائي** | | **2- البيئة التسويقية الدوائية** | | **3- نظام المعلومات التسويقية** | | **4- دراسة السوق الفرص والتهديدات** | | **5- المنتجات الدوائية** | | **6- الاختبار الأول** | | **7- تخطيط المنتجات** | | **8- التسعير الدوائي** | | **9- التوزيع الدوائي** | | **10- الاتصالات التسويقية والمزيج الترويجي الدوائي** | | **11- البيع الشخصي** | | **12- الاختبار الثاني** | | **13- استراتيجيات المنافسة الدوائية** | | **14- تسويق الخدمات الطبية** | | **15-العلامة التجارية** | | **16- الامتحان النهائي** | | |
| **المراجع** |
| 1. Text books:   Kotler P., Armstrong G., “Principles of Marketing”, Prentice Hall, 16th Edition, 2015  2.Pharmacy Business Management ,Steven B Kayne, pharmaceutical Press,2005, Britain *,I* |

**عميد كلية الصيدلة**

**د. كنده درويش**