

 **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 للصيدلية4-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, 20152.Pharmacy Business Management ,Steven B Kayne, pharmaceutical Press,2005, Britain *,I* |

 **عميد كلية الصيدلة**

 **د. كنده درويش**