# 浅谈药品市场营销学教学改革研究（供参考）

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-06-05

*大家好，欢迎来到范文网，小编今天为大家带来浅谈药品市场营销学教学改革研究，希望大家喜欢! [摘要]药品市场营销学是药品经营与管理专业学生知识体系构建和职业能力塑造的重要课程，实施以岗位能力需求为导向的模块化教学、以本土化企业营销实战为内容...*

大家好，欢迎来到范文网，小编今天为大家带来浅谈药品市场营销学教学改革研究，希望大家喜欢!

[摘要]药品市场营销学是药品经营与管理专业学生知识体系构建和职业能力塑造的重要课程，实施以岗位能力需求为导向的模块化教学、以本土化企业营销实战为内容的案例教学和以现代网络技术等为平台的课业延伸，以及多样化的考核方式，是推进本门课程教学改革的重要手段。

[关键词]药品市场营销学;教学改革;模块化教学;案例;课业延伸

药品经营与管理专业(以下简称药管)的学生毕业后大多从事药品营销类工作，笔者所在的重庆市，每年药品营销工作岗位的需求量与相关专业的毕业生数量呈现 10:1(重庆市目前有三所学校设置有本专业，每届毕业生数量在300人左右)，在这样供不应求的情况下，企业招人却依然挑三拣四，常常感叹招不到合适的人才。调查发现，该专业毕业生的能力素质与岗位能力需求差距很大，企业普遍反映学生知识结构不完整，动手能力和解决实际问题的能力还非常欠缺。学生专业素质和能力的培养是个系统工程，需要从课堂教学、实习实训、课外活动等方面全方位打造，本文仅就药管专业核心课程《药品市场营销学》的教学改革谈谈自己的想法。

一、强化学生对本门课程在职业能力构建中的重要性的认识

药品市场营销学是药管专业的核心课程，但在实际教学活动中，它对学生职业能力构建的重要性未得到充分认识，课程的核心地位未能充分体现。学生普遍认为营销就是推销，是软学科，不需要系统学习和训练，只要能说会道善于交际就能把药品销售出去，没有认识到营销学不仅是一门技术，更是一项跨专业的综合性学科，营销能力需要系统的学习和长期的训练。因此，必须让学生充分认识到这门课程的重要性，教师在强调其重要性的时候要注意方式方法，如果一味说教式的强调，反而容易引起学生的反感，提不起兴趣。在授课时教师既要从理论的角度阐明它各门专业课程中的重要地位，更要注重引用科学数据和现实工作中生动翔实的案例来分析和引导。

二、改革教学方法，实施以岗位能力需求为导向的模块化教学

药品营销岗位对能力的需求是多样化的，如市场调研、商情研究、推销谈判、产品宣讲、整体策划、专业拜访、人际交流等等，在教学过程中要以岗位能力需求为导向，实施模块化教学。即将整个课程分为几个模块，每个模块对训练的内容有所侧重。笔者在做教学设计时将课程分为三大模块，一是基础知识模块、二是营销技术模块、三是综合素质与能力模块。具体在做教学计划时，用大约三分之一的课时讲授重要和实用的基础知识，基于医药代表的岗位能力为需求导向，不求全面和精深，以够用为原则;用三分之一的课时讲授营销技术，介绍当前营销实战一线所采用的方法，分为药品市场调研技术、市场开发技术、渠道设计技术、市场促销技术，基于医药代表和营销主管层次的岗位能力需求;用三分之一的课时进行营销综合能力素质训练，主要是采用课内实训的方式训练学生拜访沟通力、推销谈判能力、会议组织能力和常见的商务礼仪训练，适当拓展教学内容如营销战略等，针对的岗位能力从底层一线营销人员到高层管理人员。在教学过程中，根据学生的基础和学习反馈情况调整各个模块的教学侧重点。

三、建立切合实际、富于特色的案例库，创新案例教学

案例教学是营销类课程教学中经常采用的教学方法，其独特的材料阅读、小组讨论、归纳总结、头脑风暴方式在培养应用型人才过程中起到很好的效果。国外的商学院课程有很好的案例库，但是不能直接应用到药品市场营销课程中来，一是因为涉及到医药营销的案例本身偏少，二是这些案例大部分是基于国际化大公司的典型案例，市场背景、法律法规环境与我们国内的医药市场营销环境有很大不同，对我们的学生针对性不强。笔者在授课时注重采用本土案例并根据授课的情况进行编撰，如采用重庆医药股份公司、重庆太极集团、九州通重庆分公司等知名本土企业的典型案例来分析讨论，课前安排以学习小组为单位的市场调查、课后布置相应作业。从教学反馈情况来看，学生觉得案例贴近实际，看得见摸得着，可以通过自己的实践来印证课堂讲授的内容。

四、融合多方资源，做好课业延伸 营销类课程的教学不能局限在课堂内，教师必须引导学生做好课业延伸，树立功夫在课外的思想。一是要建立任务导向的课外调查研究，如调查我市主要商业街零售药店的分布情况、常见OTC药品的价格差异、药品消费者行为习惯等;二是充分发挥网络教学的作用，利用互联网分享教师在课堂上不能覆盖的信息，如建立论坛、QQ群等信息分享平台;三是充分利用校企合作平台，强化实验实训教学，如聘请本地企业一线营销人员、从事药品营销工作的校友来校开办讲座，与企业合作对某一个产品实施项目化运作等方式(此项内容在笔者的《高职层次的药品营销综合实训体系初探》中有详细论述)。 笔者所在的学校在与企业共建实训基地的同时，还建立校内ERP沙盘实训、药品营销策划方案大赛、在学校投资创建药品超市等，实施高仿真的模拟教学，切实提高实训教学的效果。

五、改革考核模式，强化目标导向

考核是教学活动的重要环节，是检验教学效果的重要手段，也是日常教学活动的指挥棒。对药品市场营销这门课而言，如果只局限于常规的闭卷考试就显得过于单一，缺乏科学性和全面性。笔者在教学中采用三段式考核，即根据教学模块来考核，一是基础知识的考核，放在期末闭卷进行，占考核比例的30%，二是技术模块的考核，占考核比例的40%，主要以专题市场调查为内容，三是综合素质能力考核，占考核比例的30%，主要以小组形式组织专题会议，学生实施角色扮演为内容。这样综合性的考核避免了学生以啃书本为主的学习方式，全面考察了学生的知识、能力和素质。

药品市场营销学的教学改革远不止这些，要随着市场环境的变化和学生实际情况及时调整教学内容和方法，教学不仅要围绕学生的就业能力更要关注学生职业发展能力，在今后的教学工作中，笔者将在这方面努力探索。

小编为您准备的浅谈药品市场营销学教学改革研究，希望可以帮到您！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！