

全国医药营销高级工商管理研修班招生简章研修班考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/540/2021\\_2022\\_\\_E5\\_85\\_A8\\_](https://www.100test.com/kao_ti2020/540/2021_2022__E5_85_A8_)

[E5\\_9B\\_BD\\_E5\\_8C\\_BB\\_E8\\_c78\\_540070.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/540/2021_2022__E5_85_A8_E5_9B_BD_E5_8C_BB_E8_c78_540070.htm) 【专业背景】中国医药企业呈现出日益强劲的发展态势！中国已经成为世界最强最大的医药消耗大国！中国医药企业已进入完全营销时代，市场需求在不断扩大，众多正处于上升期和扩张期的国有和民营医药企业取得了巨大的进步，逐渐从生产和销售时代进入到品牌销售的时代，但与国际知名大企业相比，在营销理念、核心竞争力、营销管理、网络、服务和团队建设、品牌与促销等方面，仍存在差距，必须尽快提升和加强！清华大学医药营销高级工商管理班开创教育之先河，因应中国医药业界的迫切需要，在经过充分市场调研及专家考评以后，在课程设计和师资阵容方面进行了充分的准备，在完善教学管理和创新能力的同时，倾力打造并掌握医药企业现代营销理论和实战技巧的复合型现代企业领袖和管理精英。同时，积极搭建一个极具价值的中国医药业界精英交流平台。【适合对象】医药制造业、医药经销商、医药服务业、医疗器械行业等医药相关企业高层管理人员；有志于从事医药营销的社会各界优秀人才。【课程特色】1、浓缩精华、重点提升本套课程浓缩了国内外多年的MBA教育和产业实践的精华，涵盖了企业领袖所应具备的基本知识及方法论的核心内容。2、涵盖全面、注重时效本课程以企业领袖所应具备的现代营销理论体系为基本构架，提高领导人的管理能力和创新能力；同时中国医药业知名人士进行经典案例解析，为你锦上添花。3、行业第一、品质第一 清华大学医药企业营销高级

工商管理班系全国第一个医药营销班，课程设置得到了业界专家的认可和好评，采用经典案例教学法，注重理论与实践相结合。名师荟萃，政府官员、行业精英云集，百闻不如一见。

**【师资阵容】** 师资主要由国内知名高校并分别邀请了香港大学、美国西北理工大学等境外师资参与教学，同时财务、金融专家、物流专家以及卫生部、知名上市企业、同仁堂等知名各个阶层的高级营销顾问等组成，采取互动式教学，注重案例分析。

部分专家名单：  
段继东：清华大学职业经理训练中心特聘教授、昆明药业集团总裁  
陆德：中国宏观经济专家，清华大学客座教授，国家发展银行总顾问。  
王琛：美中互利集团副总裁，清华大学客座教授  
胡季强：浙江康恩贝集团董事长  
关彦斌：黑龙江葵花药业股份有限公司董事长  
马永斌：清华大学公共管理博士、教授，清华大学管理研究中心主任。  
华红兵：博士生导师，北京大学经济学院特聘教授；清华大学领导力特聘教授  
吴维库：清华大学经济管理学院企业战略与政策系教授，著名领导力研究专家。  
姜彦福：清华大学经济管理学院技术经济教研室教授，博士生导师，清华大学中国创业研究中心主任。

**【课程设置】** 第一模块：宏观战略及领导魅力修炼 本课程清晰的表达了中国经济改革20年以及17大对政治经济的影响，国家的宏观调控战略对医药企业的影响，根据国家的政策调整，医药企业如何制定营销战略，同时作为企业领导人，应该如何提升自己的领导地位。宏观经济对医药企业的影响 领导艺术与领导魅力 医药企业营销战略制定与执行 宏观经济发展趋势 全球经济一体化 医药市场行业分析 情商与领导力 卓越领导与政治智慧 领导魅力与将军之道 医药市场营销战略 营销战略与执行 战略决策与

市场决策 第二模块：医药企业销售管理及公司治理 本课程旨在让学员掌握如何带领团队做好销售管理，并且具备合理的激励政策，作为企业中层以上领导人，如何深入了解企业发展及公司治理的主要环节，正确认识企业与个人及团队的合理关系。医药企业销售管理 商务谈判 公司治理 医药企业销售管理体系 打造巅峰销售团队 SPIN 顾问式销售技巧 商务谈判策略及运用联合谈判的战略与战术 竞标与应标 - 政府采购 企业兼并与收购 法人治理结构 医药市场业绩持股 医药企业公司治理结构 第三模块：医药企业品牌传播及人力资源规划 本课程重点在于企业如何练就品牌以及如何传播品牌，在行业以及大市场环境中，品牌发挥的市场效应，在目前的状况下，国家大力推行医药改革，医药改革对企业自身发展有那些前沿关系，企业如何利用了解到的医改信息做针对性的调整，同时根据企业自身的调整来配置企业的人力资源计划。医药企业品牌传播 医药改革 人力资源 品牌营销与策划 医药企业品牌与产品品牌 品牌创建与品牌传播 国家药监系统机构改革及职能转变 医药流通体制改革与医药广告管理 公共卫生体制改革与政策分析 医院制剂管理及药品临床管理与非临床管理 人力资源战略规划 组织行为学 全面薪酬管理及激励机制 医药企业营销队伍规划培训与职业生涯规划 第四模块：医药企业创新管理及可控的财务管理 本课程针对企业发展阶段的中高层管理人员，在经营管理、思维理念、市场方式、组织环境中的大力创新，为企业在该阶段完成快人一步的经营举措。同时在改革与发展的过程中，企业的负责人应该全局把握财务管理体系，并且针对如何制定合理的避税方案和预算方案重点配置财务计划。医药企业创新管理 医药市场年度营销计

划 财务管理 医药企业经营创新 医药企业市场创新 医药企业思维创新 医药企业年度计划 医药企业年度预算 销售计划与年度计划 国家税制与纳税筹划 资本运营 成本分析与管理 第五模块：医药企业渠道建设及企业管理要素 本课程在针对医药企业在市场发展如何合理搭配渠道以及如何让渠道发挥最大化效应，在医药市场的三大策略，医院、经销商和农村市场都进行了系统、合理的创建渠道，同时更加注重渠道的规范化管理。医药企业市场渠道建设 药品价格 医药企业管理 选择经销商和经销商激励 医药企业区域市场渠道建设 渠道控制和反控制,冲突管理 价格保护与价格拨动 价格竞争与价格战 区别 医药产品促销价格策略 企业运营管理 企业政府关系管理 企业危机管理 第六模块：医药企业实战营销与国学修 学员通过前五个模块的学习，掌握了医药企业营销的全部内容，本模块通过整理和回顾，为学员理出医药企业营销的整体方法和思路，同时加载大量的案例实践讨论和分组模拟，让学员把每个环节都熟练掌握，同时增加了国学课程，让学员从韬略到文化的修养跟上一个台阶。医药企业实战营销 医药企业客户关系管理 国学与修养 实效营销运作 实效营销管理 实效营销策略 大客户关系维护 政府关系维护 客户服务体系建立 孙子兵法与市场营销 儒家的修身与治世之道 晋商的经营文化 易经与风水 为了使学员准确把握国际医药市场新态势和新动向，充分借鉴世界著名医药企业的成功经验，增强学员对世界医药业的感性认识，我们特组织学员进行欧美医药市场考察。【证书颁发】1、学员在清华大学教育培训管理处注册管理，学员可登陆清华大学教育培训管理处网站查询个人信息。2、修满学分，由清华大学教育培训管理处颁发“清华

大学医药企业营销高级工商管理班”结业证书,加盖清华大学教育培训管理处钢印。【授课方式】新班开学时间：2009年3月下旬，全部课程一年修完，每两个月集中上课5天（周一至周四）。开课两周由班主任老师发开课通知。上课地点：清华大学【收费标准】费用32000元/人，包含报名费、学费、教材讲义费、资格审查、教学管理费、授课期间午餐费，及行业培训费。帐户名称：清华大学（909）银行帐号：0200004509089131550 开户行：工行北京分行海淀西区支行用途：清华大学医药营销工商管理高级研修班XXX学员培训费【申请资料】1、正式报名申请表一份；2、个人简历；3、单位简介；4、单位推荐信；5、最高学历原件复印件；6、身份证复印件；7、二寸彩色免冠照片6张（入学报到时携带即可）。【联系方式】清华大学留学生九段 联系人：杜老师 电话：010-51285464 51667490 传真：010-51667490百考试题编辑整理 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)