

生技醫藥業務銷售與產品行銷策略實務

■ 課程簡介

生技醫藥的行銷不同於一般商品，更強調在醫藥專業的服務，因此，業務拓展的責任落在製藥公司與主要購買者（醫院、診所、藥局）接觸的第一線藥品行銷業務人員身上。藥品行銷業務人員平日深入市場，在不同的通路，向購買決策者介紹公司的各項產品，並提供所需的專業服務，此外能回饋給公司研發人員、產品經理有關市場的動態，使公司能及時判斷，並據以擬訂出最佳的產品發展策略。

本課程為先介紹生技醫藥產業的過去、現在、未來，讓學員瞭解生醫產業的特性和行銷推廣模式等。接著，透過醫藥業務行銷觀念工作坊，加深學員對於醫藥產品週期與行銷重點、行銷概念練習與體驗。並進行案例說明與演練、經驗分享等互動，協助學員掌握醫藥行銷業務人員所需具備在實務工作上的專業知識與技能。

■ 適合對象

- 一、從事生技新藥公司/藥廠業務及行銷相關工作的經驗者。
- 二、大專以上對生技醫藥業務銷售及產品行銷興趣者。

■ 課程內容與大綱

一、生技醫藥產業的過去、現在、未來

(一)產品及疾病領域

1.大宗藥品 2.專科藥品 3.罕見疾病藥品 4.癌症藥品 5.學名藥品與生物相似藥品 6.再生醫療與細胞治療

(二)產業環境變遷

1.健保政策與趨勢 2.醫院管理與重心 3.醫護管理與需求 4.溝通模式的改變

(三)產業業務行銷推廣模式

1.醫藥代表銷售模式 2.行銷策略規劃模式 3.上市準備規劃模式

二、醫藥業務行銷觀念工作坊

※本課程歡迎企業包班~請來電洽詢 承辦人楊小姐 02-2370-1111#320

(一)產品週期與行銷重點 (二)行銷概念練習與體驗

三、案例說明與演練

(一) 行銷策略演練 (二) 談判與議價演練

四、結論與經驗分享

■ 上課時間及地點

109年8月24日、8月25日，上午9:30~下午4:30，2天共計12小時。

工研院產業學院(台北)，實際上課地點，請依上課通知為準。

■ 講師簡介

黃老師

現任：台灣藥品行銷暨管理協會 人力資源發展與訓練執委會 主任委員

學歷：國立清華大學 EMBA/科技管理學院研究所、台北醫學大學 藥學系

經歷：羅氏大藥廠 特殊產品事業部 業務副處長、羅氏大藥廠 癌症事業二部 行銷副處長、諾華瑞士總公司全球品牌經理、台灣諾華股份有限公司亞太區器官移植產品組主持人/行銷經理/產品經理/產品副理/產品專員/業務專員、台灣禮來股份有限公司 業務專員

■ 價格

原價 (含稅、午餐、講義)	早鳥-優惠價 (開課 10 天前報名)	團報-優惠價 (同公司 2 人以上)	工研人-優惠價
每人 7,200 元	每人 6,200 元	每人 6,200 元	每人 6,200 元

■ 報名及諮詢窗口

●報名方式：工研院產業學習網 <https://reurl.cc/z8OE86>，點選課程頁面之「線上報名」，或掃描 QR Code 連結，填寫報名資訊即可。

●本課程採報名制，**滿 10 人以上開班，未滿 10 人不開班**，課程洽詢：
02-23701111#319 劉先生

