

藥品行銷計畫與執行實務演練

現在藥廠間的銷售競爭，較過去以往更激烈。在20年前，上市一個新產品，也許有5年以上的黃金週期，如今一個新藥品的黃金週期可能縮短至3年，因隨著製藥技術的進展，新產品上市的速度加快，競爭品亦是，原廠藥與學名藥間的競爭，兼之醫院進藥與健保藥價調降的壓力。面對外部環境的改變與競爭，藥廠行銷者除具備藥品的專業知識外，亦須深入探究產品的定位與執行策略，以因應變革！

這次的課程，主針對藥廠工作者，無論是第一線醫藥業務、業務經理，或產品行銷專員/經理，或於藥廠其他部門，只要具備學習熱誠，想了解藥品行銷的理論與實例。皆能從此次課程，獲得系統性的了解。

本次課程將由台灣藥品行銷暨管理協會理事/傑出經理聯誼會主任委員李閔洋博士與美時化學製藥股份有限公司行銷副處長吳季倫擔綱主講。

李閔洋博士

李閔洋博士畢業於國防醫學院藥學系，並取得美國杜蘭大學企管碩士及美國馬里蘭大學管理博士，台灣藥品行銷暨管理協會理事、傑出經理聯誼會主任委員，曾擔任大藥廠行銷與業務、訓練工作多年，熟悉醫院藥品市場屬性與行銷策略的實務演練及人才培訓。

吳季倫副處長

吳季倫副處長畢業於台大藥學系與藥理所、並取得密西根大學藥學工程碩士，擔任各大藥廠行銷與業務工作多年，從原廠藥到學名藥，從處方藥至營養品與保健食品，熟悉各類產品屬性與行銷策略的差異。

由於課程中有實作與討論，為確保授課品質，我們將控管上課人數，取捨將以報名順序為依據，額滿即止，請會員廠商儘早報名，以免向隅。

第一天

日期：108年11月15日(五)時間：09:00至17:30

地點：文化大學大夏館 B303教室(台北市大安區建國南路二段231號)

參加此講座，可認定MR持續教育7小時。

時 間	主 題	講 師
08:30~09:00	報到及聯誼	

09:00~10:15	行銷的理論與定義 <ul style="list-style-type: none"> ● 行銷是什麼？ ● 什麼是行銷策略？ ● 什麼是傳統 4Ps ？ ● 行銷策略要解決的問題？ 	吳季倫副處長
10:15~10:30	Break	
10:30~12:00	行銷計劃的架構 <ul style="list-style-type: none"> ● 如何形成行銷策略？ ● 好的行銷計劃架構應具備哪些？ ● 情勢分析 	吳季倫副處長
12:00~13:00	午餐	
13:00~15:30	行銷計劃之主軸 <ul style="list-style-type: none"> ● 市場區隔與目標區塊 ● 客戶行為分析及產品採用流程 ● 產品定位與SWOT ● 形成核心策略 	李閔洋博士
15:30~17:30	行銷操作(戰術)及成效評估 <ul style="list-style-type: none"> ● 執行實務演練習作分組 ● 處方藥、學名藥、OTC ● 媒體、社群與行銷 ● 行銷操作 ● 效益/業績預估與評估 	吳季倫副處長 李閔洋博士

第二天		
日期：108年11月29日(五)時間：13:00至17:00		
地點：文化大學大夏館 B311 教室(台北市大安區建國南路二段 231 號)		
參加此講座，可認定MR持續教育4小時。		
時 間	主 題	講 師
12:30~13:00	報到及聯誼	
13:00~14:45	執行實務演練及討論 ● 分組個案研究心得報告 ● 處方藥組 ● 學名藥組 ● OTC組	吳季倫副處長 李閔洋博士
14:45~15:00	Break	
15:00~16:45	傑出經理人實務個案分享及諮詢 ● 外商藥廠一位 ● 本國藥廠一位	歷屆傑出經理人
16:45~17:00		

參加對象	希望成為優質產品經理或對行銷有興趣的人員 每人6,000元〈提供教材、午餐及茶點〉，TPMMA會員8折(4800元/位)，非會員同公司三人以上8折(4800元/位)
------	---

報名截止日：2019年11月7日

繳費方式：

1. 銀行匯款：土地銀行(和平分行)，帳號:045-0010-15919

戶名:台灣藥品行銷暨管理協會

2. ATM轉帳：土地銀行(代號:005)，帳號:045-0010-15919

3. 支票繳費：支票抬頭「台灣藥品行銷暨管理協會」

寄至:106台北市敦化南路二段128號15樓(台灣藥品行銷暨管理協會收)

聯絡人：謝宜姩專員，e-mail：gladys.hsieh@tpmma.org.tw