

医药市场营销课程教学研究发展现状与思考

倘余乐 邾枝花 蒋大圆

安徽医学高等专科学校

摘要: 医药市场营销学是将市场营销学理论应用到医药市场的应用型交叉学科, 随着我国不断深化医药体制改革, 本课程理论更新快实践性强, 为了更好地提高教学质量, 本文根据医药市场营销学教学研究的发展现状, 从教师水平、教材建设、教学教法、教学效果评估四个方面进行总结, 讨论其特点和共性的问题, 并提出研究发展建议, 为后续教学研究提供参考。

关键词: 医药市场营销; 教学研究; 课程改革

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2024.07.036

随着我国医药行业的快速发展, 医药市场营销学日益受到学界和业界的重视。现阶段《医药市场营销学》在广大的医药院校覆盖面比较广, 既是医药经济管理类专业的核心课, 也是中药学和药学专业的选修课。《医药市场营销学》是集合了市场营销学、组织行为学、心理学、药学、临床医学等多学科的交叉学科, 以医药市场与营销理论相结合, 从医药营销学理论的角度来看待医药市场, 为医药企业和医药营销人员的市场营销活动提供理论指导, 主要培养学生用医药市场理论来发现并满足顾客需求的能力, 课程内容主要包括医药市场调查、目标市场策略、4P策略(产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略)等。为了提高该课程的教学水平, 众多的企业和高校都在积极进行教学研究和实践探索, 积累了宝贵的经验。本文从教师、教材、教学方法和教学效果四个方面对该课程的教学研究发展现状进行回顾, 并探讨其中存在的问题, 为提高教学质量深化教学改革提供有益的参考和借鉴。

一、教师提高实践能力, 提高教学水平

教师是保证教学质量的根本, 教师的理论水平和素质会直接影响教学质量。优秀的教师可以提高学生的学习兴趣, 培养学生能力, 理顺知识的逻辑关系, 帮助学生理解掌握重难点, 所以提高本课程教师的理论水平和实践能力尤其重要。首先教师应当拥有医药市场营销实践经历。《医药营销学》是实践性非常强的学科, 只有理论和营销实践相结合才能对理论理解得更加深刻。高校在引进相关教师时应当注意教师的医药市场营销实践背景, 也可以聘请有医药企业市场营销工作经验的企业管理人员进行校企合作。其次安排现有的授课教师每年进行理论学习和企业社会实践, 更新知识结构, 提高实践教学能力。近几年我国新医改政策对医药行业和企业的营销方式都产生重大影响,

这些都需要教师理论结合实践不断学习, 更新知识储备, 提升医药营销实践能力, 提高教学质量。最后教师要掌握不同的教学方法, 对不同的知识和不同情况的学生采用合适的教学方法。适当的教学方法有助于学生理解复杂抽象的课程内容, 使教学效果事半功倍。教师要了解各种教学方法优缺点和适应性, 在面对不同的授课内容和学生的时候能够选择最恰当的教学方法, 教师在教学实践中需要及时总结经验。

二、不断加强教材建设, 突出医药市场特点

教材是学生学习 and 教学活动的基本和依靠, 教材的编写和更新体现了学科的发展和教学理念的变化。医药市场营销学是从营销学的理论发展而来的, 营销学最早是在国外的市场经济条件下产生和发展的, 产生很多不同类型的营销学教材。现阶段国际最受欢迎的营销学教材是菲利普·科特勒编写的《营销管理》, 至今已经第十五版, 主要内容分为8篇23章, 包括理解营销管理、获取营销洞见、顾客建立连接、建立强势品牌、创造价值、价值传播、传播价值、承担营销责任以实现长期成功^[1]。我国最早的营销学教材是1934年复旦大学丁馨伯教授出版的《营销学原理》^[2], 改革开放以后营销学在我国快速发展, 产生了具有行业特色的营销学理论。二十一世纪开始医药营销学作为一门新的复合交叉型学科开始出现并逐渐发展, 国内众多教师和研究者编写了大量理论水平较高且各具特色的医药营销学教材。湖北中医药大学官翠玲教授主编的《医药市场营销学》作为高等医药院校规划教材, 至今已经出版第十版, 包括认识医药营销管理、分析医药市场、规划医药营销战略、制定医药营销策略、医药营销拓展等5篇14章^[3]。沈阳药科大学陈玉文教授主编的《医药市场营销学》教材, 广东药科大学宋跃晋教授主编的《医药市场营销学》教材是面向高等医药院校药学类学生, 还有湖南食品药品职业

学院甘湘宁教授主编的《医药市场院校实务》是面向高职高专院校药学类专业学生，这些教材理论性强逻辑清晰，作为规划教材都很受师生欢迎。黑龙江旅游职业技术学院赵欣教授主编的《药品市场营销技术》教材是以工作任务为中心组织内容，设计了药品市场营销基础知识、药品市场营销技术基础训练和药品市场营销技术综合训练技术共3大章，并通过多个任务来讲授药品市场营销新理论和营销实战技巧；每个项目都按照医药营销岗位实际工作任务为载体设计的活动进行，实现营销理论与药品营销实践的一体化，同时培养学生创造性思维和创新能，突破了传统教材以理论知识为主的局限性，突出了职业教育特点^[4]。

医药市场营销学课程的教材内容从形式上可以分为理论教学和实践教学，教材内容上基本都是以医药市场调查、目标市场策略、4P策略为理论框架并作为教学重点。本科教材理论性、逻辑性和系统性较强，侧重让学生建立完整的理论体系。而高职高专教材理论内容侧重医药市场营销实践，教材中有大量的实训项目和任务，强调实践性和职业性。综合考虑以上情况，可以在本科教育教学中适当加入实践操作课程，亲自动手做或亲身经历才能让学生更加深刻理解书本纸上。职业教育在理论够用的情况下要继续实践操作为主，否则就变成本科教材的微缩版。

三、探索多种教学方法，提高教学质量

教学方法是教学的重要组成部分，选择合适的教学方法可以显著提高教学质量。课堂讲授教学是以教师为中心，学生被动接受，重点在知识的讲授，教学效率高，但缺乏实践操作，不利于培养学生的独立思考能力^[5]，只有探索和实践多种教学方法才能提高学生的学习积极性，提高教学效果。案例教学法是教师讲述医药市场中的案例作为教学素材，再让学生思考问题，讨论问题，最后得出解决问题的方法。例如在讲授医药市场产品定位时可设计案例：云南白药创可贴上市之初，面对市场上其他品牌创可贴的市场优势，提出了“云南白药创可贴，有药好的更快些”的定位，让学生讨论并思考企业这样做的原因和作用，引导学生理解市场定位的内容。案例教学法可以提高调动学生的学习积极性，但是要注意处理好案例教学的时间，案例教学的组织以及所得到的并不是唯一答案等诸多问题^[6]。问题导向教学法是通过教师逐级递进的设置背景提出问题，引导学生由浅入深的思考讨论问题，学生如果遇到无法解决的问题，教师会引导他们进行思考，让学生养成主动发现问题勤于思考

的能力。例如在讲解医药产品组合内容时先让学生思考医药企业为什么会生产不同剂型、类型的药物，再让学生考虑某个具体医药企业如何有效管理生产的众多药品，从而引出医药产品组合的内容。在教学中应当注意以学生为中心，合理设计教学内容以及要教师要提前准备充分，这样才能有效进行问题导向教学法^[7]。情景模拟教学法是模拟真实情况的教学方式，教师根据教学内容设计不同的情景，让学生扮演不同的角色，要求学生在特定场景下结合相关知识，解决情景性的问题。例如在医药客户拜访中让学生模拟商务代表拜访医药批发企业，学生需要提前做好资料和个人妆容的准备工作，拜访中能够清楚介绍产品，合理应对客户异议，清查药品流向等。情景教学法要注意明确每个角色的任务，强调过程考核及考核的公平性，重视总结和反思。实践性教学法是学生学完章节知识的基础上组织学生到药品生产企业、药品批发企业、药品零售企业、医院药房进行参观。例如参观当地社会零售药房货品摆放，店内促销，人员培训。学生在参观时马上就会想到所学相关知识，参观以后可以让学生谈谈自己的想法。随着网络的普及，众多研究者和教师借助网络探索出更多的教学方法，丰富了教学内容提高了教学效果。潘惠^[8]等在市场营销学课程中采用线上线下融合式教学，从教学模式、师资协同、虚拟实训和案例教学等方面构建线上线下融合式教学实践体系。沈婷婷^[9]等在医药市场营销学课程中采用基于微信平台的混合式教学模式，为医药市场营销学课程混合式教学改革提供实践经验及借鉴。

综上所述，在医药市场营销学教学过程中这些新的教学方法的使用，激发了学生的学习积极性，让学生对知识点有更加深刻的理解，缺点是上课时间增加，授课内容少于传统讲授法，增加了学生课外学生时间。在教学过程中要注意：首先教师要提前做好充分准备，包括资料的准备、学生可能提出的问题以及如何回答。其次在实行过程中教师要以学生为主，但是要合理引导，及时纠偏。最后在教学结束以后教师要及时总结经验，为以后教学积累经验^[10]。

四、全面评估教学效果持续改进教学质量

医药市场营销学的教学效果需要依靠教学评估来体现，分析教学效果也可以反映出前期教学的不足和可取之处，客观、全面、公正的进行教学效果评估是需要教育工作者重视的方面。当前各高校对医药市场营销学教学评估可以分为三个方面：课堂教学评估、线上教学评估和社会教学评估（图1所示）。课堂教学评估是从平

时成绩、实践考核成绩、期末考试成绩三个方面衡量课堂教学效果。平时成绩主要包括学生上课出勤、课堂纪律、课堂回答问题、随堂测试、平时作业等。实践成绩主要是学生完成医药营销学实践实训项目的成绩,比如进行某医院基本情况的调查、分组讨论制定某药品的医药营销策略。期末考试成绩就是在期末课程结束后进行闭卷理论考试,目的是为了让学生对所学内容进行复习,一般期末考试成绩占总成绩的60%以上。线上教学评估是对学生的线上学习进行评估。当前各高校医药营销学普遍采用线上线下混合式的教学模式,网络教学和传统教学相互融合优势互补,提高了教学效果,线上教学评估方便快捷,结果容易量化。可以从投入度、参与度、学习能力贡献度、测评进行网络教学测评,常用指标有:教学平台登录次数、观看教学视频时长、发帖回帖数、教学任务点完成情况、测验成绩等^[11]。社会教学评估是学生实习或者毕业走上工作岗位以后,学生和用人单位对医药营销学的教学效果教学评估。学校教学是为了向社会和用人单位输送合格的劳动者,劳动者和用人单位的反馈有助于基于岗位职业能力的教学课程改革,让医药营销学课程更加贴近就业实际。从以上三个方面进行教学效果评价,可以对教、学、用的全过程教学评价,考核内容也比较全面公平,为课程改革提供依据。

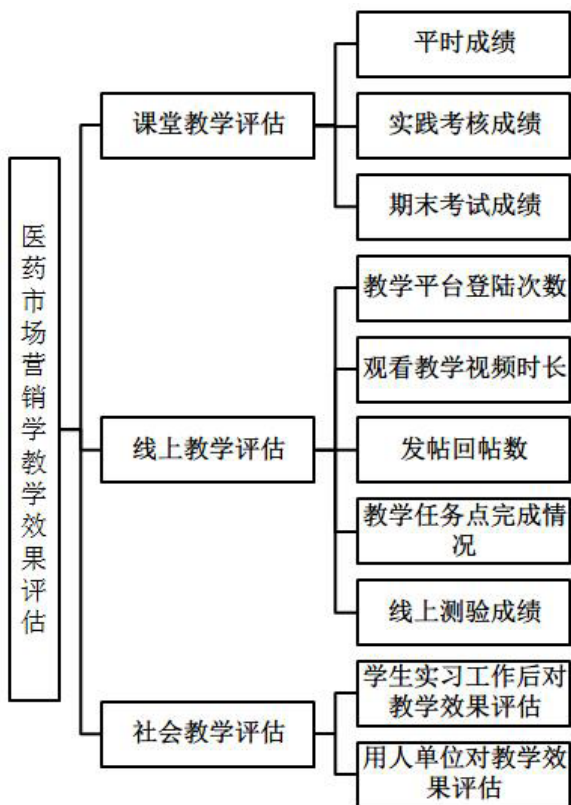


图1 医药市场营销学教学效果评估体系

结语

在国家持续推进新医改的背景下, 需要进行医药市场营销学教学研究, 改进教学质量, 提高学生分析实际问题的能力, 培养符合市场需要的人才。无论是提高教师水平或是进行教材建设, 还是更新教学方法或是客观评估教学效果, 都需要注意三结合: 课程与医药行业相结合、实践与理论相结合、学生自主学习与老师引导相结合, 这些需要各位研究者和教师不断努力, 共同提高医药营销学的教学水平。

参考文献

[1] 菲利普·科特勒. 营销管理 [M]. 15版. 上海: 格致出版社, 2017.

[2] 林钻辉. 营销理论的历史演进与发展趋向 [J]. 商业经济研究, 2020, (16): 68-71.

[3] 官翠玲. 医药市场营销 [M]. 10版, 北京: 中国中医药出版社, 2017.

[4] 赵欣. 药品市场营销技术 [M]. 1版, 北京: 化学工业出版社, 2021.

[5] 林朝阳. 医药市场营销教学改革现状与策略分析 [J]. 江西电力职业技术学院学报, 2021, 34 (07): 69-70.

[6] 宋艳丽. 医药市场营销学课程中常用的几种教学方法 [J]. 才智, 2020, (05): 82.

[7] 常峰. PBL教学法在医药市场营销学中的应用探讨 [J]. 大学教育, 2017, (04): 129-130.

[8] 潘惠. 线上线下融合式教学改革实践的研究——以市场营销学为例 [J]. 福建开放大学学报, 2023, (04): 57-60.

[9] 沈婷婷. 基于微信平台的混合式教学模式在医药市场营销学课程中的应用 [J]. 创新创业理论与实践与时间, 2022, 5 (18): 125-127.

[10] 李敏. 新时代大学教学方法改革: 历史回顾与创新 [J]. 内蒙古财经大学学报, 2022, 20 (03): 69-73.

[11] 薛艳. 大数据分析的线上线下混合教学效果评估 [J]. 信息技术, 2021, (08): 70-74.

作者简介:

尚余乐 (1982.4-), 男, 汉族, 安徽寿县人, 大学, 讲师, 研究方向为医药市场营销。

郝枝花 (1978.7-), 女, 汉族, 安徽无为, 研究生, 副教授, 研究方向为药学服务。

蒋大圆 (1983.11-), 女, 汉族, 安徽淮南人, 大学, 讲师, 研究方向为药学服务。