

خبير التسويق الدوائي المعتمد

25-28 أكتوبر 2010 الفترة المسائية



د. سمير عطية - مصر
خبير ومستشار إدارة وتسويق



د. نجيب عبد الله سيف - اليمن
مدير الإدارة العلمية والبحوث
الهيئة العليا للأدوية

بالتعاون مع



الهيئة العليا للأدوية والمستلزمات الطبية

تنظيم

Qurtoba
Training & Consulting



قرطبة
للتدريب والاستشارات



برنامج معتمد من جامعة أكسفورد



برعاية

أساليب تنفيذ البرنامج

- حالات عملية فردية وجماعية
- مناقشات مكثفة
- ورش عمل و تطبيقات من الواقع العربي العالمي
- ورش عمل قي طرح وترويج المنتجات



\$ 360

رسوم الاستثمار
في البرنامج للمشارك

عن البحوث والتطوير بشركات صناعة
الدوائية .

- المسؤولين (المدوبين) العلميين ووكلاء
الشركات الدوائية العربية والعالمية .
- كافة العاملين في مجال التسويق
والترويج للخدمات والمنتجات الدوائية
والصحية .

• العاملين بمجال تطوير العمل التسويقي
والبيعي الدوائي والصحي في المؤسسات
الدوائية والصحية

- العاملين بمجال تحسين الهوية والصورة
الذهنية للمؤسسات الدوائية والصحية .
- العاملين بالمنظمات الداعمة للخدمات
والتوعية والتثقيف الصحي .

الهدف العام للبرنامج:

اكتساب المشاركين مهارات التسويق الدوائي
الحديث ومعرفة البيئة التسويقية للعمل
الدوائي وكيفية طرح المنتجات الجديدة
في السوق وتوزيعها وتسعيها وترويجها
بطرق فعالة تؤدي إلى زيادة الربحية
للمنظمات .

المستهدفون من حضور

البرنامج:

- مدراء ورؤساء أقسام التسويق
والترويج بالشركات الدوائية .
- مدراء ورؤساء أقسام الإنتاج والمسؤولين

■ Main Outlines :

- The importance of Marketing .
- Why Marketing ?
- Marketing Mix .
- Promotional Mix .
- Launching new products .
- Marketing Environment .
- Marketing Research .
- Organizing Promotional Plan .
- Marketing planning .
- Steps of launching new products in the market .
- Marketing Decisions .
- Marketing Communications .

■ المحاور الرئيسية للبرنامج :

- أهمية التسويق الدوائي
- لماذا التسويق للمنتجات الدوائية
- Ethical Promotion مفهوم التسويق الأخلاقي للدواء
- مفهوم التسويق والترويج
- المزيج التسويقي للمنتجات الدوائية
- المزيج الترويجي للمنتجات الدوائية
- تحليل SWOT لسوق العمل الدوائي
- البيئة التسويقية للعمل الدوائي والصحي
- دراسات السوق
- التخطيط التسويقي و طرح المنتجات الجديدة بالسوق
- القرارات التسويقية
- الاتصالات التسويقية
- أخلاقيات العمل في مهنة التسويق الدوائي



د. نجيب عبد الله سيف - اليمن

(مدير الإدارة العلمية والبحوث بالهيئة
العليا للأدوية والمستلزمات الطبية)



- دكتوراه في علم الأدوية - روسيا ١٩٩٣ م
- رئيس قسم الإعلام الدوائي بالهيئة العليا للأدوية
- مدير الإدارة العلمية والصناعة الدوائية والبحوث
- عضو اللجنة الفنية لتسجيل الأدوية
- حاصل على العديد من الدورات التدريبية التخصصية في مجال صناعة الأدوية
- حاصل على العديد من الدورات التدريبية التخصصية في مجال رصد الآثار الجانبية للأدوية بعد التسويق
- المشاركة في تفتيش العديد من الشركات المتخصصة لصناعة الأدوية محلية وخارجية
- المشاركة في مؤتمر الصيدلة والدواء
- المشاركة بقائمة الأدوية الأساسية التي تضعها وزارة الصحة العامة

د. سمير رمزي عطية - مصر

(خبير تسويق ومبيعات وإدارة)



- دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال
- محاضر تسويق ومبيعات ببرنامج دبلوم الإدارة التنفيذية بالجامعة الأمريكية بالقاهرة
- خبرة تدريبية عملية في مجال التسويق والمبيعات والإدارة مع بعض المنظمات الدولية والشركات العالمية الرائدة متعددة الجنسيات منذ ١٩٨٥ حتى الآن داخل وخارج مصر.
- مدرب معتمد ببرنامج إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة (بيزنس ايدج) ، مؤسسة التمويل الدولية IFC مجموعة البنك الدولي
- مدرب معتمد من هيئة المعونة الأمريكية. خبير بمنظمة اليونيسيف ومنظمة العمل العربية والمنظمة العربية للتنمية الإدارية التابعة لجامعة الدول العربية ، ومدرس تسويق ومبيعات بالجامعة الأمريكية بالقاهرة وعضو جمعية إدارة الأعمال العربية.
- خبير تدريب في الإدارة والتسويق والمبيعات والإدارة مع عدد من المنظمات الدولية الرائدة في مصر والدول العربية .
- درب العديد من شركات الأدوية مثل شركة نوفارتس (مصر) وغيرها بمجال التسويق الدوائي
- مستشار لدى العديد من الشركات في مصر والخليج والدول العربية .

