

新刊

日本における DTCマーケティングの歩みと未来

古川 隆 著



主要目次

第Ⅰ部 対 談

- 対談Ⅰ DTC との出会いと研究 (対談者：大石芳裕)
- 対談Ⅱ 判断に迷ったら患者さんの利益を優先する (対談者：高橋義宣)
- 対談Ⅲ 製薬業界を取り巻く環境は、極めて大きな転換点にある (対談者：沼田佳之)
- 対談Ⅳ 難病患者と専門医・研究者をつなぐプラットフォームが目標 (対談者：香取久之)
- 対談Ⅴ 将来、患者さん一人一人に寄り添う形の情報提供へ (対談者：加藤和彦)

第Ⅱ部 DTCマーケティングの基本

- 第1章 医療用薬品のマーケティング・コミュニケーションとDTCマーケティング
- 第2章 統合型マーケティング・コミュニケーションとDTCマーケティング
- 第3章 DTCマーケティングのコミュニケーションモデル
- 第4章 患者調査の手法とペイシェントジャーニーマップ
- 第5章 広告と広報の違いについて
- 第6章 疾患啓発Webサイトの構築とインターネットの活用法
- 第7章 効果検証の考え方

第Ⅲ部 資 料

- 資料Ⅰ DTC・作品別CM放送回数TOP10とCM好感度 (関東・2012-16年度)
- 資料Ⅱ ペイシェント・エクスペリエンスデータ
- 資料Ⅲ 医療機関内における患者行動・意識調査
- 資料Ⅳ 患者サポートの必要性と実際
- 資料Ⅴ 医療関連記者クラブ・PR会社

A5判 ソフトカバー 240頁 本体価格：2,800円(税別) / ISBN 978-4-8309-4974-6 C3034 / 2018年1月下旬発売予定

製薬企業と患者との間にコミュニケーションをもたらしたDTCマーケティングについて、過去から未来までを本書は丁寧にまとめている。これからますます発展していくであろうDTCマーケティングを知る上で、本書は最良の羅針盤である。

明治大学経営学部 教授(経営学研究科兼任) 大石 芳裕

【購入申込書】

(株)文眞堂(営業部)行き

年 月 日

FAX: 03-3203-2638 / Mail: eigyoubunshin-do.co.jp

『日本におけるDTCマーケティングの歩みと未来』 _____ 部

ご送付先 (〒 _____)

お名前

ご所属

TEL

FAX

請求書希望

領収書希望

図書出版 文眞堂

〒162-0041 新宿区早稲田鶴巻町533