

PEMASARAN FARMASI

Buku Pemasaran Farmasi membahas secara komprehensif konsep dan praktik pemasaran yang diterapkan dalam industri farmasi, dengan menekankan keseimbangan antara tujuan bisnis, kepatuhan regulasi, dan kepentingan kesehatan masyarakat. Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman sistematis mengenai karakteristik unik pemasaran farmasi yang berbeda dari pemasaran produk konsumen pada umumnya.

Pembahasan dimulai dari pengantar pemasaran farmasi, konsep kebutuhan, keinginan, dan nilai pelanggan, hingga analisis permintaan, pasar, dan tujuan pemasaran farmasi. Selanjutnya, buku ini menguraikan secara mendalam saluran pemasaran, strategi distribusi, serta pengelolaan saluran distribusi yang efektif dan patuh regulasi. Aspek perilaku konsumen dan proses keputusan pembelian produk farmasi juga dibahas untuk memperkuat pemahaman pemasaran berbasis pasien dan tenaga kesehatan.

Bagian akhir buku membahas personal selling dan peran medical representative, komunikasi dan promosi pemasaran farmasi yang etis, serta kewirausahaan dan peluang bisnis di bidang farmasi, termasuk pemanfaatan teknologi. Buku ini diharapkan menjadi referensi penting bagi mahasiswa, dosen, apoteker, dan praktisi dalam memahami dan menerapkan pemasaran farmasi secara profesional, etis, dan berkelanjutan. Dengan bahasa yang lugas, struktur sistematis, dan contoh yang relevan, buku ini ditujukan bagi mahasiswa, akademisi, dan praktisi farmasi sebagai panduan pembelajaran dan acuan praktis dalam memahami dan menerapkan pemasaran farmasi secara efektif dan bertanggung jawab.



Zulfiah, S.Si, M.Kes, Apt

PEMASARAN
FARMASI



PEMASARAN
FARMASI

