

Pharmastrategien		Modulkürzel	verantwortlich	Schwerpunktmodul
		MAGPH-22	Prof. Dr. T. Fleige	
Qualifikations-/Kompetenzziele	Wissen und Verstehen	Die Studierenden erwerben anwendungsbezogene Kenntnisse über ökonomische Spezifika des Marketings und Geschäftsprozessmanagements pharmazeutischer Betriebe. Sie verfügen über Kenntnisse des absatz- und controllingbezogenen Instrumentariums in der pharmazeutischen Industrie. Die Studierenden kennen und verstehen darüber hinaus Rahmenbedingungen, die aus der internationalen Pharmapolitik resultieren und den Handlungsrahmen für einzelwirtschaftliche Produktions- und Vertriebsprozesse im Pharmabetrieb determinieren. Auf der Grundlage der einschlägigen Fachliteratur eignen sich die Studierenden in ausgewählten Bereichen vertieftes Wissen an, indem sie einige aktuelle Forschungsergebnisse analysieren. Praxisbezogene Problemstellungen des Pharmasektors werden seitens der Studierenden situationsbezogen im Hinblick auf Lösungsansätze beleuchtet und kritisch reflektiert. Dabei erkennen sie interdisziplinäre, internationale und letztlich komplexe Bezüge und beziehen diese in die Betrachtung ein. Problemorientierte Lösungsvorschläge werden in studentischen Teams erarbeitet und gegeneinander abgewogen.		
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen	Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen auf berufliche Tätigkeiten im Bereich des Pharmasektors anzuwenden. Sie können Lösungsansätze für pharmaköonomische Fragestellungen der Praxis erarbeiten. Lehrveranstaltungsbezogen betreiben die Studierenden eine zielführende Informationssammlung und -auswertung auf Basis des Wissenschaftsstandes bzw. des Schrifttums. Sie leiten hieraus ihre Problembewertung und Vorschläge zur Problemlösung überwiegend eigenständig ab. Im Rahmen anwendungsorientierter Gruppenprojekte entwickeln die Studierenden teamorientierte Problemlösungsansätze und gestalten selbstständig einen weiterführenden Lernprozess. Die Studierenden werden befähigt, Forschungsfragen abzuleiten und zu erklären. Sie können Forschungsergebnisse darlegen und erläutern.		
	Kommunikation und Kooperation	Die Studierenden formulieren handlungsorientiert Problemlösungsansätze für die pharmazeutische Praxis. Sie können diese in der Kommunikation mit Fachvertreter*innen sowie mit Fachfremden fundiert darlegen. Zugrundeliegende Aufgabenstellungen der pharmazeutischen Industrie kommunizieren die Studierenden in diesem Kontext lösungsorientiert und verantwortungsvoll. Hierbei berücksichtigen und reflektieren sie unterschiedliche Sichtweisen und Interessen von Stakeholdern.		
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität	Die Studierenden entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich auf eine professionelle berufliche Tätigkeit im Bereich der pharmazeutischen Industrie richtet. Sie entwickeln Fähigkeiten zur anleitungsgestützten Nutzung beruflicher Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten. Dabei erkennen sie situationsbedingt auftretende Rahmenbedingungen und treffen Entscheidungen verantwortungsethisch. Im Rahmen ihres Handelns berücksichtigen sie gesellschaftliche Erwartungen und Konsequenzen.		
Lehrinhalte	<p>Pharmamarketing</p> <p>Merkmale und Rahmenbedingungen des Pharmamarketings; Marktforschung im Gesundheitswesen; Strategische Alternativen eines pharmazeutischen Unternehmens; Instrumente des innovativen Pharmamarketings (Kommunikationswege und -instrumente im Pharmamarkt, E-Health, Distributionsalternativen); Organisation und internes Marketing im Rahmen des Produktmanagements; Zukunftsaspekte des pharmazeutischen Marktes</p> <p>Geschäftsprozessmanagement und Controlling</p> <p>Auswirkungen gesundheitspolitischer und -ökonomischer Umweltbedingungen auf das Wirtschaften im pharmazeutischen Betrieb; Planung und Steuerung betriebswirtschaftlicher Wertschöpfungsprozesse in pharmazeutischen Industrie- und Handelsunternehmen; Controllingziele und -instrumente im Pharmabetrieb</p>			

	Internationale Pharmapolitik								
	Notwendigkeit der staatlichen Steuerung in der Arzneimittelversorgung; Darstellung, Analyse und Bewertung der Steuerungsinstrumente in der nationalen und internationalen Arzneimittelversorgung vor dem Hintergrund der international differenzierten Ausgestaltungen der betrachteten europäischen und amerikanischen Gesundheitssysteme								
Umfang, LP, Prüfungen	Lehr-/Lerngebiet	Sem.	Lehr-/Lern-Arrangement	SWS	LP	Aufwand (Std.)			Prüfung
						KST	DL	SST	
	Pharmamarketing	5	VSÜ, LIT	2	3	90	0	210	K120/ R##
	Geschäftsprozessmanagement und Controlling			2	4				
Internationale Pharmapolitik	2			3					
Häufigkeit	1x pro Studienjahr								
Dauer	1 Semester								
Voraussetzungen für die Vergabe der LP	erfolgreiches Absolvieren der Prüfungsleistungen								
Verwendbarkeit im Studium	obligatorisch für den Studiengang								