

Pharma-Marketing-Diplom

Mit Expertenwissen
zum qualifizierten
Pharma-
Produktmanager!

DIE THEMEN

- Grundlagen des erfolgreichen Pharma-Marketings
- Erkennen und effektives Nutzen von Marktchancen
- Entwickeln und Realisieren eines Marketingplans
- Die digitale Strategie im Pharma-Marketing
- Basiswissen Market Access & Heilmittelwerberecht

IHRE REFERENTEN



Alexander Almerood
München



Dr. Olaf Pirk
Olaf Pirk Consult,
Nürnberg



Gerald Peter
Carada Strategy,
Baden-Baden



Dr. Christian Tillmanns
Meisterernst Rechtsanwälte,
München

In Kooperation mit:



Ihr Programm an Tag 1 von 09:00 - 17:30 Uhr

Referent: Gerald Peter

09:00 Uhr

Marketing im pharmazeutischen Unternehmen

- Ziele und Bedeutung von Marketing
- Operatives und strategisches Marketing
- Marketing als Organisationseinheit: Entwicklung und Relevanz
- Was sind die Besonderheiten im Pharma-Marketing?
- Modelle der Marketing-Organisation in Pharma-Unternehmen

10:30 Uhr Kaffeepause

10:45 Uhr

Zielgruppen im Gesundheitsmarkt und deren Bedürfnisse

- Bedarf und Besonderheiten bei Ärzten
- Apotheker
- Patienten/Konsumenten
- Kostenträger

11:30 Uhr

Marketing Planung: Die Marketingstrategie von der Entwicklung bis zur Umsetzung I. Der Planungsprozess

- Definition der Marketing Ziele
 - Produkt-Lebenszyklus
 - Unternehmensziele

12:00 Uhr Gemeinsames Mittagessen

13:00 Uhr

Der Planungsprozess – Fortsetzung

- Strategieentwicklungsprozess
 - Marktpotential
 - Wettbewerbsanalyse
 - Zielgruppenanalyse
 - SWOT-Analyse
 - Stärken-Schwächen Profil der Marke
- Marken Positionierung und Aufbau des Marketing-Mix

15:00 Uhr Kaffeepause

15:15 Uhr

II. Der Marketingplan

- Einführung in die Marketing-Instrumente
- Wo setze ich welche Instrumente ein?
- Budgetplanung
- Aussteuerung von Agenturen

16:45 Uhr

Synergien nutzen – Effektive Zusammenarbeit mit allen Abteilungen

- Schnittpunkt Marketing und Medical
- Schnittpunkt Marketing und Außendienst

17:30 Uhr Ende Tag 1

Intensivlehrgang für ein erfolgreiches Pharma-Marketing

Ihr Programm an Tag 2 von 09:00 - 17:30 Uhr

09:00 Uhr

Kommunikations-Strategie

Gerald Peter

- Zielsetzung und Mediaplanung
- Branding
- Interne und externe Kommunikation
- Dialogmarketing
- Publikationen
- Veranstaltungen, Meinungsbildner und Advisory Boards

10:30 Uhr Kaffeepause

10:45 Uhr

Erfolgsmessung von Marketingmaßnahmen

Gerald Peter

- Analyse & Erfolgsmessung klassischer Kommunikation und Werbung/Brand Awareness
- Welche Messmethode ist die beste für mein Marketing? Bewertungskriterien
- Hot Topic: Social-Media-Marketing – Sind die Erfolge messbar?

12:00 Uhr Gemeinsames Mittagessen

13:00 Uhr

Gruppenarbeit mit Ergebnispräsentation: Verschiedene Aufgabenstellungen, z. B. Marktanalyse, Marketingplanung, -strategie bei unterschiedlichen Indikationen

Aufgabenstellung und Betreuung:

Gerald Peter

14:30 Uhr

Die digitale Strategie im Pharma-Marketing

Alexander Almerood

- Was für Zielgruppen gibt es und welche sind relevant?
- Was für Möglichkeiten gibt es in der digitalen Kommunikation?
- Welche Strategien und Aktivitäten sind zielführend?
- Warum ist die Kommunikation so ein wichtiger Bestandteil?
- Warum sind definierte Prozesse so wichtig?
- Standards vs. Innovation – ein Ausblick in die Zukunft

15:30 Uhr Kaffeepause

15:45 Uhr

Multi-Channel-Marketing

Alexander Almerood

- Warum ist MCM für das Unternehmen wichtig?
- Wie sieht die Realität in Unternehmen aus?
- Wie spielen Strategie und Technologie zusammen?
- Welche Möglichkeiten habe ich in meinem Alltag?

17:30 Uhr Ende Tag 2

Mit Erfolgskontrolle zum qualifizierenden Zertifikat

Ihr Programm an Tag 3 von 09:00 - 17:00 Uhr

09:00 Uhr

Rechtliches Basiswissen für das Pharma-Marketing

Dr. Christian Tillmanns

- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Werbung vs. Information – Der wichtige Unterschied
- HWG-Anwendungsbereich, Ausnahmen
- Irreführung, vergleichende Werbung
- Werbung für Rx- vs. OTC-Arzneimittel

10:30 Uhr Kaffeepause

10:45 Uhr

Grenzbereiche der Werbung & Social Media

Dr. Christian Tillmanns

- Grenzbereiche in der Heilmittelwerbung: Off-Label-Use, Pre-Marketing
- Digital Marketing: Social Media

12:30 Uhr Gemeinsames Mittagessen

13:30 Uhr

Basiswissen Market Access für Marketers – Der deutsche Gesundheitsmarkt

Dr. Olaf Pirk

- Eine kurze Einführung

14:45 Uhr Kaffeepause

15:00 Uhr

Basiswissen Market Access

Dr. Olaf Pirk

- Nutzenbewertung nach AMNOG
- Der Prozess der Nutzenbewertung
- Das Nutzendossier
- Die G-BA Bewertung auf Basis des Nutzendossiers
- Die Preisverhandlung über den Erstattungsbetrag auf Basis der G-BA-Bewertung
- Erstattungsfähigkeit von Arzneimitteln
- Arzneimittelfestbeträge
- Rabattverträge zwischen dem pharmazeutischen Unternehmen und Krankenkassen

17:00 Uhr Ende des Lehrgangs

Ihr Weg zum qualifizierenden Zertifikat

Nach aktiver Teilnahme am Lehrgang absolvieren Sie innerhalb von 14 Tagen nach der Veranstaltung einen Online Multiple Choice Test, um die erworbenen Kenntnisse zu dokumentieren. Sie erhalten Ihr qualifizierendes Zertifikat direkt nach dem bestandenen Onlinetest.

Geprüfte Qualität

Der Lehrgang wurde durch die unabhängige PharmaTrain Federation geprüft und akkreditiert (www.pharmatrain.eu).

Ausbildungslehrgang

Ziel des Lehrgangs

Dieser Intensivlehrgang bietet Ihnen eine systematische Einführung in das Pharma-Produktmanagement und die Marketing-Instrumente. Sie erhalten Tipps, wie Sie einen Marketingplan entwickeln und umsetzen. Sie erfahren, welche Strategien und Aktivitäten im digitalen Marketing zielführend sind.

Nach dem Lehrgang verfügen Sie darüber hinaus über das nötige Basiswissen im Bereich Market Access und Heilmittelwerberecht, um Ihre Marketingmaßnahmen effizient und rechtssicher gestalten können.

Teilnehmerkreis

- (Angehende) Produkt- und Marketingmanager der Pharma-Industrie.
- Im Pharma-Marketing tätige administrative Assistants, die ihre Kenntnisse vertiefen möchten.
- Medical Manager, die Pharma-Marketing Wissen aufbauen möchten.

Bildungspartnerschaft

Dieser Lehrgang entspricht den Inhalten eines Studienmoduls des Studiengangs Pharmamanagement und -technologie der SRH Fernhochschule Riedlingen und kann auf Antrag angerechnet werden. Dazu ist eine kurze Information bis 2 Wochen vor Veranstaltung notwendig. Das Modul umfasst 6 ECTS-Punkte.

Ihr Referent



Alexander Almerood

Vorstand Young Excellence
in Healthcare e.V., München

Digital Transformation Expert



Gerald Peter

Carada Strategy,
Baden-Baden

Inhaber



Dr. Olaf Pirk

Olaf Pirk Consult,
Nürnberg

Inhaber



Dr. Christian Tillmanns

Meisterernst Rechtsanwälte,
München

Rechtsanwalt

Ihr Nutzen

Sie aktualisieren Ihr Marketing-Wissen

- Ihr Unternehmen vermarktet Produkte erfolgreicher.

Sie verwirklichen Ihre Marketing-Strategien

- Ihr Unternehmen schöpft das Umsatzpotential seiner Produkte aus.

Pharma-Marketing-Diplom

ANMELDUNG UNTER

service@forum-institut.de
www.forum-institut.de
Webcode 2001290

Tel +49 6221 500-500
Fax +49 6221 500-555



ANMELDEFORMULAR

Ja, ich nehme teil am Lehrgang

Pharma-Marketing-Diplom

Ja, ich bin damit einverstanden, dass das FORUM Institut mir Informationen zu Veranstaltungen per E-Mail per Telefon übermitteln darf. Meine Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

Termin/Veranstaltungsort:

14. - 16. Januar 2020 in München
Holiday Inn Munich-City Centre
Hochstr. 3 · 81669 München
Tel. +49 89 48034444 · Fax +49 89 4488277

Zeitplan:

1. Tag: 08:30 - 09:00 Uhr Registrierung
09:00 - 17:30 Uhr Lehrgang
2. Tag: 09:00 - 17:30 Uhr Lehrgang
3. Tag: 09:00 - 17:00 Uhr Lehrgang

Gebühr:

€ 2.390,- (+ gesetzl. MwSt.) inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitsessen, Erfrischungen, Kaffeepausen und Test.

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.01.2016), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.

IHR ANSPRECHPARTNER



Cornelia Gutfleisch
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-694
c.gutfleisch@forum-institut.de