

Pharma-Marketing-Diplom

Die Themen

Mit Expertenwissen
zum qualifizierten
Pharma-Produktmanager!

- 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
Celgene GmbH,
München



Dr. Olaf Pirk
Olaf Pirk Consult,
Nürnberg



Gerald Peter
Carada Strategy,
Baden-Baden



Dr. Christian Tillmanns
Meisterernst Rechtsanwälte,
München

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

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

09:00 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

10:30 Uhr Kaffeepause

10:45 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?

12:00 Uhr Gemeinsames Mittagessen

13:00 Uhr

Kommunikations-Strategie

Gerald Peter

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

14:30 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?

15:30 Uhr Kaffeepause

15:45 Uhr

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

Aufgabenstellung und Betreuung:

Gerald Peter

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 & Apps

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).

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.

Referenten



Alexander Almerood
Celgene GmbH,
München

Associate Marketing Director MS



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.

Anmeldung unter
service@forum-institut.de oder
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

So melden Sie sich an

- I Anmelde-Hotline: +49 6221 500-500**
I Tagungs-Nr. 19 01 290

I Termine/Veranstaltungsort:
21. - 23. Januar 2019 in München
Sheraton München Westpark
Garmischer Str. 2 · 80339 München
Tel. +49 89 5196-0 · Fax +49 89 5196-801

- I 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

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

Rückfragen und Information



Für Ihre Fragen zum Lehrgang und
unserem gesamten Programm stehe
ich Ihnen gerne zur Verfügung.

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

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.