

Kursbestätigung

wir bestätigen, dass

Herr Dr. Georg Zenner

den Aus- und Weiterbildungskurs

Effizientes Productmanagement Pharma 1998

besucht und mit Erfolg absolviert hat.

G. Pfister
IHA • GfM



Dr. H. J. Schlegel
Kursleiter



Im Verlauf des zweiwöchigen Intensiv-Kurses wurden die folgenden Bereiche erklärt und praktisch erarbeitet:

- Welche Bereiche umfasst die Betreuung eines pharmazeutischen Präparates
- Productmanagement und Umsatz
- Das Productmanagement als innovativer Partner zwischen den Abteilungen Medizin, Verkauf, Forschung und Finanzen
- Der Arzt als Kunde
- Der Pharmamarkt – Marktsegmente – Marktanalysen – Teilmärkte
- Die Einflussfaktoren auf Präparate und Märkte
- Der Preis eines pharmazeutischen Präparates
- Die Bedeutung von Gentlemen's Agreement und Distributions-Vereinbarung
- Administrative Aufgaben des Productmanagements
- Produktstrategien
Was umfasst eine Produktstrategie / Wie werden Produktstrategien erstellt / Welche Situationen erfordern spezielle Strategien / Erarbeitung von typischen Beispielen / Von der Produktstrategie zur Marktstrategie
- Werbung
Werbeziele/Zielgruppen / Welcher Aufwand ist gerechtfertigt / Die klassischen Medien / Was kommt auf uns zu / Werbung/Service/Dienstleistung / Erfolgskontrolle der Werbung / Die Abstimmung von Werbemassnahmen zwischen Verkauf und Marketing / Werbepsychologie
- Die Bedeutung des Patienten für das pharmazeutische Productmanagement
- New Pharma Marketing: Welches sind die neuen Denkansätze
- Productmanagement und Aussendienst
- Der Productmanager als Ausbilder
- Die medizinische Fortbildung
- Der Marketingplan – Arbeitsinstrument des Productmanagers
- Die Persönlichkeit des Productmanagers
- Praktische Erarbeitung einer Produktneueinführung und einer Produktrevitalisierung