



PHARMAZIEÖKONOM/IN (FH)

WISSENSCHAFTLICHES KNOW-HOW MIT ANWENDUNGSBEZUG
FÜR DAS PROFESSIONELLE MANAGEMENT IN DER PHARMAZIE

EINE KOOPERATION VON

Pharmazieökonom/in (FH)



Prof. Dr. Hubert Dechant, wissenschaftlicher Leiter des Zentrums für Weiterbildung der FH Schmalkalden:

„Das Ziel des Studiums ist es, Nachwuchskräfte zur Unterstützung des Managements pharmazeutischer Dienstleistungen heranzubilden. Die Studierenden werden weitgehend von ihren Erfahrungen in der Apotheke abgeholt. Sie werden dazu angeregt, ein hohes Maß an Eigeninitiative in der Berufspraxis zu ergreifen, bestehende Arbeitsprozesse auf den Prüfstand zu stellen und selbstständig zu optimieren sowie operatives Marketing zu betreiben. Hierzu werden den Studierenden fundierte und praxisnahe fachliche Kenntnisse vermittelt, die von Back-Office-Management über Qualitätsmanagement bis hin zu Marketing und Verkauf reichen.“

Das berufsbegleitend absolvierbare Studium wendet sich vor allem an pharmazeutisch-technische Assistentinnen und Assistenten (PTA) und Pharmazieingenieure. Es umfasst zwei Studiensemester und enthält sowohl Selbststudienphasen als auch Präsenzveranstaltungen.

Das weiterbildende Studium Pharmazieökonom/in (FH) erleichtert den beruflichen Einstieg in die Pharmaindustrie oder in pharmazeutische Dienstleistungsunternehmen.

Unsere Praxispartner:



AUF EINEN BLICK

Teilnahmevoraussetzungen:

- Abschluss eines Hochschulstudiums oder eines vergleichbaren Studiums an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademie (BA) oder
- erfolgreich abgeschlossener zweiter Abschnitt eines Universitätsstudiums der Pharmazie oder
- allgemeine oder fachgebundene Hochschul- oder Fachhochschulreife oder vergleichbarer Abschluss sowie eine abgeschlossene Berufsausbildung zum Pharmazieingenieur oder zum Pharmazieassistent sowie eine zweijährige für das weiterbildende Studium förderliche Berufspraxis oder
- Realschulabschluss und eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten für das weiterbildende Studium förderlichen Beruf und eine mindestens vierjährige Berufspraxis im Pharma- oder einem verwandten Bereich.

Studienform:

Berufsbegleitendes Studium, mit Selbststudienphasen und fünf mehrtägigen Seminaren

Studiendauer:

2 Semester

Studienbeginn:

Jeweils zum Sommer- und Wintersemester

Abschluss:

Pharmazieökonom/in (FH)
Hochschulzertifikat, öffentlich-rechtlicher Abschluss an einer staatlichen Hochschule

Studiengebühr:

1.950,- Euro pro Semester, zzgl. 50 Euro pro Semester Verwaltungskostenbeitrag

Anmeldung:

Bitte fordern Sie kostenlos die Immatrikulationsunterlagen an:

Telefon: 03683 / 688-1762
Telefax: 03683 / 688-1927
E-Mail: zfw@fh-schmalkalden.de

Sie können sich die Unterlagen auch von folgender Webseite herunterladen: www.fh-sm.de/zfw_anmeldung

Weitere Fragen?

Auf unserer Internetseite unter www.fh-sm.de/Pharmazieoekonom finden Sie detailliertere Informationen zu diesem weiterbildendem Studium.



Wissenschaftliches Know-how für das **professionelle** **Management** in der Pharmazie

STUDIENPLAN PHARMAZIEÖKONOM/IN (FH)

1. Semester

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

BWL und Controlling in der Apotheke - Grundlegende Begriffe - Einblick in GuV-Rechnung und Bilanzen - Wesentliche Kenngrößen - Kennzahlen des Betriebserfolges - Einfache Kosten- und Investitionsrechnung - Darstellung der wichtigsten Kostenpositionen in der Apotheke - „Unternehmensdatenmodell Apotheke“ - Preiskalkulation und kaufmännisches Rechnen - Kalkulation von Aktionen und Dienstleistungen in der Apotheke - Controlling in der Apotheke - Sortimentscontrolling und seine Erfolgs-Kennziffern

Organisation

Optimaler Ressourceneinsatz in der Apotheke - Definition und effektive Organisation von Prozessen - Entzerren von Vorgängen - Strukturiertes Arbeiten im Verkauf sowie im „Back-Office“ - Praktische Tipps und Anleitungen für den Alltag - Personaleinsatzplanung - QMS-Systeme: Umsetzung, Verknüpfung mit dem Prozessgedanken und mit effektiverer Arbeitsgestaltung

EDV und Informationsmanagement

MS Word (Formatierungen, Tabellen, Grafiken, Formatvorlagen, Inhaltsverzeichnis, Serienbriefe, Kopf-/Fußzeilen, Dokumentenvorlagen) - MS Excel (Formeln, Diagramme, Verweise, Grafiken, bedingte Formatierungen, Sortieren/Filtern) - Kommunikation mit MS Outlook (Adressbuch, Nachrichtenverwaltung, Terminplanung, Aufgabendelegation) - Präsentationserstellung mit MS PowerPoint

Marketing und Verkauf

Grundlagen - Vergleich zur Industrie - Erkennen der eigenen Marktposition und Marktstärke/-schwäche - Erkennung und Bewertung relevanter Standortfaktoren und Umgang mit den jeweiligen, apothekenindividuellen Vor- und Nachteilen - Apothekenspezifische Methoden zur Kundengewinnung und -bindung - „Marketing-Mix“ - Marken: Wert, Markenpolitik und Bedeutung für die Apotheke

Gesundheitsökonomie

Das deutsche Gesundheitssystem: Wer finanziert was? - Internationaler Vergleich (Benchmarking) - Die deutsche Bevölkerung: demografischer Aufbau, Krankheitsdaten, Mortalitätsdaten, Entwicklung im historischen Vergleich, die größten Gesundheitsprobleme, Zukunftsprognosen und internationaler Vergleich - Krankheitskostenrechnung: Welche Erkrankungen kosten was und warum? - Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Gesundheitswesens - Einführung in die Pharmaökonomie - Nutzen von Pharmazeutika - Prävention: der ökonomische Königsweg?

2. Semester

Recht und Normensysteme in der Pharmazie

Apothekengesetz - Apothekenbetriebsordnung - Tarifvertragsrecht - Datenschutzrecht - Filial- und Versandhandel - Apotheke und neue Dienstleistungen - Heilmittelwerbegesetz - Wettbewerbsrecht und Apotheke im Umgang mit Wettbewerb - Arzneimittelimporte - Ausgewählte apothekenrelevante Rechtsgebiete in Form von Fallstudien für die Apotheke

Marketing und Verkauf

Das erfolgreiche Verkaufsgespräch - Erkennen von Kundenbedürfnissen - Welche Zielgruppen haben welche Erwartungen? - Verkaufen: wichtig nicht nur gegenüber Kunden, sondern auch gegenüber Partnern, Kollegen, Lieferanten, dem Chef usw. - Der Pharmamarkt: Welche Indikationen haben welche Marktbedeutung und werden durch welche Kundengruppen repräsentiert? - Zielgruppenmarketing und Zielpotenzialermittlung - Aufbau neuer Sortimente, innovativer Angebote, neuer Dienstleistungen im Sinne eines durchgehenden Projektmanagements und Projektcontrollings - praxisnahe Anwendungsbeispiele, intensive Übungen und Rollenspiele

Beschaffung und Warenwirtschaft

Das Warenlager in der Apotheke: Aufbau und Struktur (nach Wert, Artikelpositionen, Lagerumschlag usw.) - Wo stecken welche Werte? - Warenlagerpflege mit Augenmaß: zwischen Selbstzweck und ökonomischer Notwendigkeit - Auswertung von Warenlagerdaten und Abverkaufdaten, Listenerstellung (Schnelldreher, Ladenhüter usw.) - Umgang mit und Handlungskonsequenzen aus diesen Listen - Richtig einkaufen: Konditionen und deren Vergleich - Bedeutung von Rabatten für die Apotheke - Großhandels- oder Direktbestellung - erfolgreiche Verhandlung mit Lieferanten und Vertretern

Soft Skills

Selbstmanagement: mentale Kraftquellen, Intuition und Kreativität - Kommunikationsstrategien - Gesprächsführung und Moderation - Teamdiagnose und -beziehungsanalyse - „Typengerechte“ Kommunikationsmodelle - Konfliktmanagement: Verstehen, Analyse und Bewältigung von Konflikten

Einfach per Fax an: +49 (0)3683 688-1927

- Bitte senden Sie mir die Immatrikulationsunterlagen der FH Schmalkalden für das berufsbegleitende Weiterbildungsstudium zum/r **Pharmazieökonom/in (FH)** zu.

Ich interessiere mich auch für die folgenden berufsbegleitenden weiterbildenden Studienangebote der Fachhochschule Schmalkalden:

- Sportmanagement (MBA)
- Tourismus und Hospitality (MBA)
- Management in der Pharmazeutischen Versorgung (MBA)
- Außenhandelskaufmann/frau (FH)
- Apothekenbetriebswirt/in (FH)
- Betriebswirt/in (FH) Controlling und Steuern
- Betriebswirt/in (FH) für Marketing
- Betriebswirt/in (FH) Public Controlling
- Business Process Manager/in (FH)
- eGovernment-Projektmanager/in (FH)
- Finanzfachwirt/in (FH)
- Fitnessökonom/in (FH)
- Gesundheitsökonom/in (FH)
- Kostenmanager/in (FH)
- Managementassistent/in (FH)
- Produktionsmanager/in (FH) für Kunststofftechnik
- Produktmanager/in (FH)
- Qualitätsmanager/in (FH) für Fertigungs- und Organisationsprozesse
- Sportökonom/in (FH)
- Tourismusbetriebswirt/in (FH)
- Vertriebsmanager/in (FH)

Firma: _____

Vorname, Name: _____

Straße, Hausnummer: _____

PLZ, Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____



Zentrum für Weiterbildung
Asbacher Straße 17c
98574 Schmalkalden

Telefon: +49 (0)3683 688-1762
Fax: +49 (0)3683 688-1927
E-Mail: zfw@fh-schmalkalden.de
Internet: www.fh-sm.de/weiterbildung