



Studieninhalte Pharmazieökonom/-in (FH)

Hochschulzertifikat

1. Semester

Angewandte Betriebswirtschaftslehre (6 ECTS)

Einführung und konstitutive Entscheidungen (Ökonomische Betrachtungsweise, Wahl des Standorts, der Rechtsform und der Unternehmensverbindung), Management (Umfeld des Managementprozesses, Managementprozess, Ausgewählte moderne Managementansätze) und funktionale Betriebswirtschaftslehre, Analysen und Auswertungen (Interne und externe Betriebsvergleiche, Umsätze, Roherträge, Kosten, Kennzahlen), Betriebswirtschaftliches Ergebnis (Einkommensermittlung, Wichtige Kennzahlen), Kalkulation von Preisen (Aufschlags- und Spannenkalkulation, Intelligente Preismodelle, Wirkung von Preisänderungen), Investitionsentscheidungen, Ganzheitliche Führung von Apotheken (Interdependenzen, Fallstudienarbeit)

Organisation und EDV (3 ECTS)

Selbstmanagement (Kompetenzfelder, Team, Kommunikation, Transaktionsanalyse), Organisation des Reklamationsmanagements (Allgemeines, Systematische Vorgehensweise, Gruppenarbeitsbogen, Umsetzung), Organisation des Personals (Kompetenzen und Aufgaben, Personaleinsatzpläne, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen), MS Word (Formatierungen, Tabellen, Grafiken, Formatvorlagen, Inhaltsverzeichnis, Serienbriefe, Kopf-/Fußzeilen, Dokumentenvorlagen), MS Excel (Formeln, Diagramme, Verweise, Grafiken, bedingte Formatierungen, Sortieren/Filtern), MS Outlook (Adressbuch, Nachrichtenverwaltung, Terminplanung, Aufgaben-delegation), Präsentationserstellung mit MS PowerPoint

Marketing und Verkauf I (4 ECTS)

Marketingziele, Marktpositionsanalyse, Kundengewinnung und -bindung, Marketing-Mix, Category Management, Preisfindung, Zielgruppenanalyse, Wettbewerbsanalyse, Umweltanalyse, Marketingmaßnahmen unter Budgetbeschränkungen

Beschaffung und Warenwirtschaft (3 ECTS)

Einkauf (Konditionen und Prozesskosten, Analyse und Interpretation der Großhandelsrechnung, Verhandlungsführung, Lieferantenbeurteilung, Wirtschaftlichkeitsanalyse, Direktbezug versus Großhandelsbezug), Report aus dem Warenwirtschaftssystem (Beschaffungs- und Lagerhaltungsprozess, Kennzahlen in der Warenwirtschaft, Report als Managementinstrument)

2. Semester

Gesundheitsökonomie (3 ECTS)

Gesundheit national und global (Ausgaben, Systeme, Krankheiten), Krankheitskostenrechnung, Krankenversicherungen (Struktur, Finanzierung, Managed Care), Ärzte (Entwicklung der Ärztezahlen, Honorarverteilung, Einnahmenstruktur), Krankenhäuser (Allgemeine Daten, Finanzierung), Arzneimittelausgaben und Apotheken (Struktur, Ausgaben), Veränderungen durch den demografischen Wandel

Recht und Normensystem in der Pharmazie (4 ECTS)

Apothekenrechtliche Schwerpunktthemen (Rechtsvorgaben nach Arzneimittelgesetz, Apothekengesetz, Apothekenbetriebsordnung und Berufsordnungen, Apothekenübliche Waren und Dienstleistungen, Import und Export von Arzneimitteln, Botendienst, Versandhandel, Pick-up-Stelle und Rezeptsammelstelle, Heimversorgung, Datenschutz), Werbung in der Apotheke (Produktwerbung nach dem Heilmittelwerbegesetz, Allgemeines Wettbewerbsrecht, Preisangabenverordnung und Berufsordnung), Qualitätsmanagement (Grundsätze, Normative Grundlagen und gesetzliche Regelwerke, Qualitätsmanagement nach der DIN EN ISO 9001:2008, Umsetzungsbeispiele, Audit, Qualifizierung und Zertifizierung)

Marketing und Verkauf II (3 ECTS)

Zielgruppenmarketing, Kundenansprache, Management des Point-of-Sale, Verkaufsgespräche, Kommunikation und Medien

Soft Skills (2 ECTS)

Grundlagen in Sprache und Körpersprache (Kommunikation auf mehreren Ebenen, Aktives Zuhören, Fragetechniken), Kommunikationsmodell von Schulz von Thun (Vier Bereiche der Kommunikation, Kommunikationsreaktionen, Inkongruente Botschaften, Das hypertrophierte Beziehungssohr, Anwendungen in der Apotheke), DISG Persönlichkeitsmodell