

# Privater Masterstudiengang

MBA in Leitung und  
Management von  
Apotheken





## Privater Masterstudiengang MBA in Leitung und Management von Apotheken

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/pharmazie/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-leitung-management-apotheken](http://www.techtitude.com/de/pharmazie/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-leitung-management-apotheken)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kompetenzen

---

Seite 14

04

Kursleitung

---

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 38

06

Methodik

---

Seite 46

07

Qualifizierung

---

Seite 54

# 01

# Präsentation

Die pharmazeutische Versorgung ist seit jeher eine der Säulen der Unterstützung für die Bevölkerung. Heutzutage hat diese Relevanz eine größere Bedeutung erlangt, was eine tiefere und umfassendere Fortbildung oder Umschulung der Fachkräfte erfordert. In diesem privaten Masterstudiengang bieten wir den Apothekenfachleuten die notwendigen Management- und Verwaltungsinstrumente an, um ihre Tätigkeit mit der erforderlichen Solvenz in den praktischsten Bereichen zu entwickeln. Diese können die Stärke einer Apotheke auf dem Markt bestimmen.



“

*Das umfangreichste Wissen in Leitung  
und Management von Apotheken für Sie  
zusammengestellt in einer Fortbildung  
von höchster Qualität“*

Dieser private Masterstudiengang ist eine Antwort auf einen wichtigen Bedarf an Aktualisierung und Wachstum im Bereich der Pharmazie. Insbesondere wird damit auf das Wachstum des Berufsstandes und die Nachfrage nach Apotheken im öffentlichen Sektor reagiert, was diese Aktualisierung zu einer Chance für Apotheker in Verwaltungs- und Führungspositionen macht.

Das Wissen des Apothekers darf sich nicht mehr nur auf die Beherrschung der Pharmakologie und die Kenntnisse im Bereich der Gesundheitsfürsorge beschränken, sondern erfordert Kompetenzen, die ihm eine stabile und wettbewerbsfähige Position auf dem Markt sichern.

Durch eine nachweislich effiziente Studienmethode werden Sie in der Lage sein, Kompetenzen in den Bereichen Führung und Management sowie in den wesentlichen Bereichen der Unternehmensentwicklung zu erwerben.

Dieser **MBA in Leitung und Management von Apotheken** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ◆ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten präsentiert werden
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ◆ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ◆ Der Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ◆ Theoretische Lektionen, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem, festen oder tragbaren Gerät, mit Internetanschluss



*Dieser MBA in Leitung und Management von Apotheken wird Ihnen helfen, auf dem Laufenden zu bleiben, um eine umfassende und qualitativ hochwertige Versorgung zu gewährleisten“*

“

*Dieser private Masterstudiengang ist die beste Investition, die Sie bei der Auswahl eines wissenschaftlichen Auffrischungsprogramms tätigen können, und zwar aus zwei Gründen: Sie aktualisieren nicht nur Ihr Wissen, sondern werden auch in der Lage sein, jede Apotheke zum Erfolg zu führen“*

Zu den Dozenten gehören erfahrene Fachleute, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Apotheker versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die ihm gestellt werden. Dazu steht dem Spezialisten ein innovatives interaktives Videosystem zur Verfügung, das von anerkannten und erfahrenen Experten auf dem Gebiet der Leitung und des Managements von Apotheken entwickelt wurde.

*Steigern Sie Ihr Selbstvertrauen bei der Entscheidungsfindung, indem Sie Ihr Wissen durch diesen privaten Masterstudiengang aktualisieren.*

*Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“*



# 02 Ziele

Das Ziel dieses umfassenden privaten Masterstudiengangs ist es, die Studenten in einem Prozess des professionellen Wachstums zu begleiten und zu ermutigen, der es ihnen ermöglicht, ein anderes Leistungsniveau zu erreichen. Mit dem interessantesten und aktuellsten Wissen des Augenblicks in einer Fortbildung, die sich intensiv auf die Praxis konzentriert.





“

*Ein komplettes und effizientes Update zum Thema  
Leitung und Management von Apotheken, das Sie  
auf eine neue Ebene der Intervention bringen wird“*



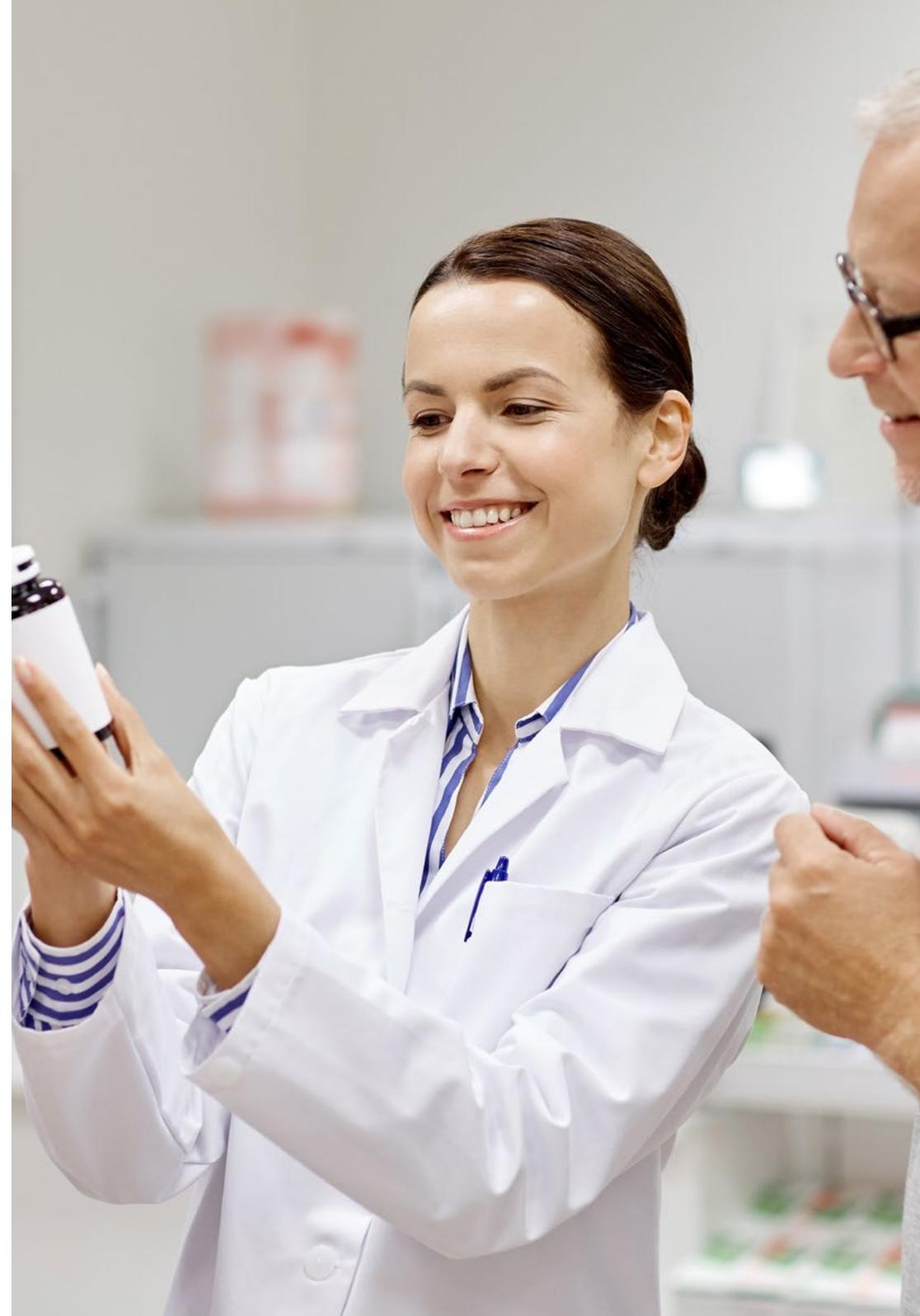
## Allgemeine Ziele

---

- ◆ Aneignen der Kenntnisse und Techniken, die für die Übernahme und Organisation der administrativen Aufgaben einer Apotheke erforderlich sind
- ◆ Erlernen eines verantwortungsvollen Managements
- ◆ Wissen, wie man den Finanzbereich der Apotheke verwaltet
- ◆ Wissen, wie man jeglichen Aspekt der Personalabteilung verwaltet
- ◆ Kennenlernen des Kunden/Patienten in all seinen Aspekten
- ◆ Analysieren der Einkaufsprozesse und der effizientesten Wege der Logistik
- ◆ Verwalten aller Aspekte des Personalwesens
- ◆ Analysieren der Marketingprozesse
- ◆ Studieren des Vertriebsmanagements
- ◆ Lernen über externe und interne Kommunikation
- ◆ Lernen über Servicemanagement in der Apotheke
- ◆ Kennen aller wichtigen Informationen über Qualitätskontrolle, Standards und Zertifizierungen



*Realistische Ziele, die sich in unmittelbaren Fortschritten bei Ihrer Arbeit niederschlagen werden"*





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Verantwortungsvolles Management der Apotheke

- ◆ Kennenlernen der Rolle der Gemeinschaftsapotheke
- ◆ Studieren der Techniken zur Gesundheitsförderung in der Apotheke
- ◆ Lernen, wie man beste Praktiken in der Gemeinschaftsapotheke umsetzt
- ◆ Erlernen der angemessenen Verwendung von Medikamenten und medizinischen Geräten
- ◆ Erwerben von Kenntnissen zum Berufsgeheimnis
- ◆ Analysieren der sozialen Verantwortung von Unternehmen im Hinblick auf die Apotheke
- ◆ Erlernen der Organisation einer Apotheke

### Modul 2. Wirtschaftlich-finanzielles Management der Apotheke

- ◆ Analysieren der Grundlagen der Apothekenverwaltung
- ◆ Erlernen der Verwendung finanzieller und wirtschaftlicher Kennzahlen in der Apotheke
- ◆ Wissen, wie man eine Bestandsverwaltung durchführt

### Modul 3. Leitung und Management der Personalabteilung der Apotheke

- ◆ Kennenlernen der Organisationsmodelle
- ◆ Wissen, wie man eine Personalauswahl und ein Vorstellungsgespräch durchführt
- ◆ Kennen der Abhängigkeiten und Führung
- ◆ Studieren der Managementmodelle
- ◆ Studieren des Personalwesens in der Apotheke
- ◆ Erlernen der Risikoprävention am Arbeitsplatz
- ◆ Organisation und interne Kommunikation

### Modul 4. Optimierung der Einkaufs- und Logistikprozesse in der Apotheke

- ◆ Kennen der Logistikunternehmen und ihrer Beschaffungsmodelle
- ◆ Lernen, Lieferanten und alle Prozesse vor und nach dem Kauf von Produkten zu verwalten
- ◆ Erfahren, wie der Bestand verwaltet wird
- ◆ Wissen, wie man neue Produkte bewirbt und einführt

### Modul 5. Kunden-/Patientenmanagement

- ◆ Analysieren der Kommunikation mit dem Kunden/Patienten
- ◆ Erkennen der Kundensegmentierung
- ◆ Erwerben von Kenntnissen über Verbraucherpsychologie
- ◆ Wissen, wie man Kundenbindungsprogramme durchführt

### Modul 6. Pharmazeutisches Marketing

- ◆ Studieren der Grundlagen des pharmazeutischen und des Beziehungsmarketings
- ◆ Erwerben von Kenntnissen über Marktforschung in der Apotheke
- ◆ Untersuchen des pharmazeutischen Merchandising, der Werbung und Promotion
- ◆ Kennenlernen der Prozesse der Digitalisierung der Apotheke, des strategischen Marketings und des Mikromarketings

### Modul 7. Verkauf in der Apotheke

- ◆ Vertiefen der Kenntnisse über die Psychologie in Bezug auf Verkaufstechniken
- ◆ Wissen, wie der Verkaufszyklus funktioniert
- ◆ Wissen, wie man Verkäufe prognostiziert
- ◆ Verstehen der verschiedenen Preisstrategien
- ◆ Vertiefen der verschiedenen Produkttypologien
- ◆ Kennen der Techniken, um Produkte profitabel zu machen
- ◆ Untersuchen der verschiedenen Arten von Käufen und Kunden
- ◆ Kennen der Grundlagen von Cross-Selling und Up-Selling
- ◆ Wissen, wie man sich in kompromittierenden Situationen verhält
- ◆ Kennen der Grundlagen des Digital E-Commerce Management

### Modul 8. Kommunikation in der Apotheke

- ◆ Erlernen der internen Kommunikation und des Konfliktmanagements
- ◆ Studieren der Arten der Kommunikation mit dem Kunden
- ◆ Kennen der Bedeutung des Images der Apotheke
- ◆ Studieren der technischen Hilfsmittel der Kommunikation
- ◆ Einbeziehen von Strategien zum Handeln in sozialen Netzwerken
- ◆ Erwerben von Kenntnissen über digitales Marketing, um Kunden zu gewinnen und zu binden

### Modul 9. Management der professionellen Dienstleistungen in der Apotheke

- ◆ Analysieren, welche Dienstleistungen in der Apotheke entwickelt werden können
- ◆ Untersuchen der Auswahl und Implementierung von Diensten und deren Anforderungen

### Modul 10. Qualitätsmanagement in der Apotheke

- ◆ Kennen der Qualitätszertifikate der Apotheke
- ◆ Erlernen der Durchführung von strategischem und umfassendem Qualitätsmanagement (TQM)
- ◆ Wissen, welches die Kontrollpunkte und Indikatoren für Verbesserungen sind
- ◆ Identifizieren strategischer Nischen und Wettbewerbsvorteile



**Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen**

- ◆ Analysieren der Auswirkungen der Globalisierung auf die Unternehmensführung und Corporate Governance
- ◆ Beurteilen der Bedeutung einer effektiven Führung für das Management und den Erfolg von Unternehmen
- ◆ Definieren von interkulturellen Managementstrategien und deren Bedeutung in unterschiedlichen Geschäftsumgebungen
- ◆ Entwickeln von Führungsqualitäten und Verstehen der aktuellen Herausforderungen für Führungskräfte
- ◆ Bestimmen der Prinzipien und Praktiken der Unternehmensethik und deren Anwendung bei der Entscheidungsfindung in Unternehmen
- ◆ Strukturieren von Strategien zur Umsetzung und Verbesserung von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung in Unternehmen

**Modul 12. Personal- und Talentmanagement**

- ◆ Bestimmen der Beziehung zwischen strategischer Ausrichtung und Personalmanagement
- ◆ Vertiefen der Kompetenzen, die für ein effektives kompetenzbasiertes Personalmanagement erforderlich sind
- ◆ Vertiefen der Methoden für Leistungsbeurteilung und Leistungsmanagement
- ◆ Integrieren von Innovationen im Talentmanagement und deren Auswirkungen auf die Bindung und Loyalität des Personals
- ◆ Entwickeln von Strategien zur Motivation und Entwicklung von Hochleistungsteams
- ◆ Vorschlagen effektiver Lösungen für das Änderungsmanagement und die Konfliktlösung in Organisationen

**Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung**

- ◆ Analysieren der makroökonomischen Rahmenbedingungen und deren Einfluss auf das nationale und internationale Finanzsystem
- ◆ Definieren von Informationssystemen und Business Intelligence für die finanzielle Entscheidungsfindung
- ◆ Unterscheiden wichtiger finanzieller Entscheidungen und Risikomanagement im Finanzmanagement
- ◆ Bewerten von Strategien für die Finanzplanung und die Beschaffung von Unternehmensfinanzierung

**Modul 14. Geschäftsleitung**

- ◆ Definieren des Konzepts des General Management und seiner Bedeutung für die Unternehmensführung
- ◆ Bewerten der Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Managements in der Organisationskultur
- ◆ Analysieren der Bedeutung von Betriebsmanagement und Qualitätsmanagement in der Wertschöpfungskette
- ◆ Entwickeln von Fähigkeiten zur zwischenmenschlichen Kommunikation und zum Sprechen in der Öffentlichkeit für die Ausbildung von Pressesprechern

# 03

# Kompetenzen

Dieses wissenschaftliche Programm wurde speziell entwickelt, um sicherzustellen, dass die Studenten nach dem Studium in der Lage sind, die erworbenen Kenntnisse auch wirklich anzuwenden. Diese neuen Fähigkeiten werden Sie zu einer viel höheren Arbeitsleistung führen und Ihrem Lebenslauf einen neuen Wettbewerbsvorteil verschaffen, was auf dem heutigen Arbeitsmarkt von entscheidender Bedeutung ist.



“

*Fügen Sie Ihrer Ausbildung die notwendigen Kompetenzen hinzu, um im Bereich der Verwaltung von Apotheken mit Selbstvertrauen und Wissen über die aktuellen Anforderungen des Sektors zu arbeiten"*



## Allgemeine Kompetenzen

---

- ◆ Führen und Leiten von Projekten geringerer oder größerer Intensität und Komplexität im Bereich Apotheke
- ◆ Reibungsloses Verwalten aller Aspekte, die in einer Apotheke anfallen
- ◆ Erfolgreiches Verwalten aller Bereiche, in denen diese Aktion durchgeführt wird

“

*Steigern Sie Ihre Fähigkeiten mit dieser hochwertigen Fortbildung und geben Sie Ihrer Karriere einen Schub"*





## Spezifische Kompetenzen

---

- ◆ In der Lage sein, Probleme zu analysieren und zu diagnostizieren
- ◆ Beherrschen fortschrittlicher Business Management Tools
- ◆ Bereitstellen einer globalen und strategischen Vision für alle operativen Bereiche des Unternehmens
- ◆ Durchführen der Wirtschafts- und Finanzverwaltung
- ◆ Verwalten des Personalwesens
- ◆ Optimieren von Verwaltung und Logistik
- ◆ Verwalten der Beziehung zu den Patienten/Klienten
- ◆ Beherrschen der neuesten Verkaufstechniken
- ◆ Einrichten von Kommunikationsstrategien
- ◆ Entwerfen und Umsetzen von Dienstleistungen, die von der Apotheke angeboten werden
- ◆ Einführen eines Qualitätsmanagementsystems
- ◆ Übernehmen von Verantwortung und bereichsübergreifendes und integratives Denken, um Situationen in unsicheren Umgebungen zu analysieren und zu lösen

# 04

# Kursleitung

Dieser private Masterstudiengang ist die Gelegenheit, von den Besten zu lernen, mit einem Dozententeam, das aus Fachleuten des Sektors besteht, die ihr theoretisches und praktisches Wissen einbringen, um den Studenten auf das höchste Niveau der Weiterbildung zu bringen. Mit den modernsten und effektivsten Lehrmethoden auf dem Markt für Online-Unterricht.





“

*Eine einmalige Gelegenheit, von den besten  
Spezialisten in diesem Bereich zu lernen  
und sich beruflich weiterzuentwickeln"*

## Internationaler Gastdirektor

Dr. Katherine DeSanctis, die international für die Entwicklung innovativer Lösungen während der COVID-19-Pandemie bekannt ist, ist eine führende Pharmazeutin mit Spezialisierung auf operatives Management. Ihr Ansatz zeichnet sich durch die Anwendung von Führungsstrategien zur Fortbildung von Klinikern und zur Optimierung von Apothekendiensten in Krankenhäusern aus.

Auf diese Weise kann sie auf eine umfangreiche Karriere zurückblicken, die es ihr ermöglicht hat, in renommierten Gesundheitseinrichtungen wie dem Mass General Brigham in den Vereinigten Staaten tätig zu sein. Zu ihren wichtigsten Errungenschaften gehört die Leitung der digitalen Transformation von Einrichtungen, um den Patienten zu Hause eine hochwertige Versorgung zu bieten. Dadurch wurden Prozesse verbessert, um sowohl die Effizienz als auch die Sicherheit bei der Verteilung von Medikamenten zu erhöhen.

In diesem Zusammenhang wurde ihre Arbeit bereits mehrfach ausgezeichnet. So wurde sie für ihre Fähigkeit, in Krisenzeiten zu managen, mit einem internationalen Preis der Gesundheitsbranche ausgezeichnet. Auch Fachzeitschriften wie *Becker's Hospital Review* haben Artikel über ihre Arbeit veröffentlicht, in denen ihr avantgardistisches Denken hervorgehoben wurde.

Zu ihren bemerkenswertesten Beiträgen gehörte die Entwicklung eines Dashboards während des SARS-CoV-2-Ausbruchs, um das Engagement der Mitarbeiter zu fördern und die Organisationskultur zu verbessern. Dieses System verbesserte die Mitarbeiterbindung und steigerte die Motivation der Mitarbeiter zur Bewältigung dieser schwierigen Zeit.

Sie hat dies mit ihrer Arbeit als klinische Forscherin kombiniert. Zu ihren Interessengebieten gehören pharmazeutische Technologie, Arzneimittelsicherheit und Management. In dieser Hinsicht arbeitet sie aktiv mit dem Apothekenrat von Vizient zusammen. Auf diese Weise teilt sie ihr fundiertes Wissen auf Plattformen wie YouTube, um das Verständnis der Fachleute für Bereiche wie Arzneimittelzubereitung, zentrale Verteilung oder perioperative Apotheken zu verbessern.



## Dr. DeSanctis, Katherine

---

- Direktorin der pharmazeutischen Abteilung im Mass General Brigham, Massachusetts, USA
- Direktorin des Massachusetts General Hospital
- Spezialisierung in der Pharmazieverwaltung für Gesundheitssysteme an der UW Health
- Promotion in Pharmazie an der University of Illinois in Chicago
- Masterstudiengang an der Universität von Wisconsin-Madison
- Hochschulabschluss in Wissenschaft an der Villanova University
- Mitglied von:
  - Amerikanische Gesellschaft für Apotheker im Gesundheitswesen
  - Gesellschaft der Apotheker im Gesundheitswesen von Massachusetts
  - Apothekenrat von Vizion



*Dank TECH werden Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen können"*

## Internationaler Gastdirektor

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Gestaltung und Leitung globaler Talentakquisitionsteams ist Jennifer Dove eine Expertin für Personalbeschaffung und Strategie im Technologiebereich. Im Laufe ihrer Karriere hatte sie leitende Positionen in verschiedenen Technologieorganisationen von Fortune-50-Unternehmen inne, darunter NBC Universal und Comcast. Ihre Erfolgsbilanz hat es ihr ermöglicht, sich in wettbewerbsintensiven, wachstumsstarken Umgebungen auszuzeichnen.

Als Vizepräsidentin für Talentakquise bei Mastercard ist sie für die Überwachung der Strategie und Durchführung des Talent Onboarding verantwortlich und arbeitet mit Geschäftsführern und Personalleitern zusammen, um operative und strategische Einstellungsziele zu erreichen. Ihr Ziel ist es insbesondere, vielfältige, integrative und leistungsstarke Teams aufzubauen, die die Innovation und das Wachstum der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens vorantreiben. Darüber hinaus ist sie Expertin für den Einsatz von Instrumenten zur Gewinnung und Bindung der besten Mitarbeiter aus aller Welt. Zudem ist sie für die Stärkung der Arbeitgebermarke und des Wertversprechens von Mastercard durch Publikationen, Veranstaltungen und soziale Medien verantwortlich.

Jennifer Dove hat ihr Engagement für eine kontinuierliche berufliche Weiterentwicklung unter Beweis gestellt, indem sie sich aktiv an Netzwerken von Personalfachleuten beteiligt und zur Eingliederung zahlreicher Mitarbeiter in verschiedenen Unternehmen beigetragen hat. Nach ihrem Hochschulabschluss in Organisationskommunikation an der Universität von Miami hatte sie leitende Positionen im Recruiting bei Unternehmen in verschiedenen Bereichen inne.

Darüber hinaus wurde sie für ihre Fähigkeit anerkannt, organisatorische Umgestaltungen zu leiten, Technologien in Einstellungsprozesse zu integrieren und Führungsprogramme zu entwickeln, die Einrichtungen auf künftige Herausforderungen vorbereiten. Außerdem hat sie erfolgreich Wellness-Programme eingeführt, die die Zufriedenheit und Bindung der Mitarbeiter deutlich erhöht haben.



## Fr. Dove, Jennifer

---

- Vizepräsidentin für Talentakquise bei Mastercard, New York, USA
- Direktorin für Talentakquise bei NBC Universal, New York, USA
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Comcast
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Rite Hire Advisory
- Geschäftsführende Vizepräsidentin, Verkaufsabteilung bei Ardor NY Real Estate
- Direktorin für Personalbeschaffung bei Valerie August & Associates
- Kundenbetreuerin bei BNC
- Kundenbetreuerin bei Vault
- Hochschulabschluss in Organisationskommunikation an der Universität von Miami



*Dank TECH werden Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen können"*

## Internationaler Gastdirektor

Rick Gauthier ist eine Führungspersönlichkeit im Technologiebereich mit jahrzehntelanger Erfahrung in **führenden multinationalen Technologieunternehmen**. Er hat sich auf dem Gebiet der **Cloud-Services** und der Verbesserung von End-to-End-Prozessen profiliert. Er gilt als äußerst effektiver Teamleiter und Manager, der ein natürliches Talent dafür hat, ein hohes Maß an Engagement bei seinen Mitarbeitern sicherzustellen.

Er ist ein Naturtalent in Sachen Strategie und Innovation in der Geschäftsführung, entwickelt neue Ideen und untermauert seinen Erfolg mit hochwertigen Daten. Seine Erfahrung bei **Amazon** hat es ihm ermöglicht, die IT-Dienste des Unternehmens in den USA zu verwalten und zu integrieren. Bei **Microsoft** leitete er ein Team von 104 Mitarbeitern, das für die Bereitstellung der unternehmensweiten IT-Infrastruktur und die Unterstützung der Produktentwicklungsabteilungen im gesamten Unternehmen verantwortlich war.

Diese Erfahrung hat ihn zu einem herausragenden Manager mit bemerkenswerten Fähigkeiten zur Steigerung der Effizienz, Produktivität und allgemeinen Kundenzufriedenheit gemacht.



## Hr. Gauthier, Rick

---

- Regionaler IT-Manager - Amazon, Seattle, Vereinigte Staaten
- Senior Programm-Manager bei Amazon
- Vizepräsident bei Wimmer Solutions
- Senior Manager für technische Produktivitätsdienste bei Microsoft
- Hochschulabschluss in Cybersicherheit von der Western Governors University
- Technisches Zertifikat in *Commercial Diving* von Divers Institute of Technology
- Hochschulabschluss in Umweltstudien vom The Evergreen State College



*Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“*

## Internationaler Gastdirektor

Romi Arman ist ein renommierter internationaler Experte mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung in den Bereichen **digitale Transformation, Marketing, Strategie und Beratung**. Im Laufe seiner langen Karriere hat er viele Risiken auf sich genommen und ist ein ständiger **Verfechter** von **Innovation** und **Wandel** im Geschäftsumfeld. Mit dieser Expertise hat er mit CEOs und Unternehmensorganisationen auf der ganzen Welt zusammengearbeitet und sie dazu gebracht, sich von traditionellen Geschäftsmodellen zu lösen. Auf diese Weise hat er Unternehmen wie Shell Energy geholfen, **echte Marktführer** zu werden, die sich auf ihre **Kunden** und die **digitale Welt** konzentrieren.

Die von Arman entwickelten Strategien haben eine latente Wirkung, denn sie haben es mehreren Unternehmen ermöglicht, die **Erfahrungen von Verbrauchern, Mitarbeitern und Aktionären gleichermaßen zu verbessern**. Der Erfolg dieses Experten ist durch greifbare Kennzahlen wie **CSAT, Mitarbeiterengagement** in den Institutionen, für die er tätig war, und das Wachstum des **Finanzindikators EBITDA** in jeder von ihnen messbar.

Außerdem hat er in seiner beruflichen Laufbahn **Hochleistungsteams aufgebaut und geleitet**, die sogar für ihr **Transformationspotenzial** ausgezeichnet wurden. Speziell bei Shell hat er sich stets bemüht, drei Herausforderungen zu meistern: die komplexen **Anforderungen** der Kunden an die **Dekarbonisierung** zu erfüllen, eine „**kosteneffiziente Dekarbonisierung**“ zu **unterstützen** und eine fragmentierte **Daten-, Digital- und Technologielandschaft zu überarbeiten**. So haben seine Bemühungen gezeigt, dass es für einen nachhaltigen Erfolg unerlässlich ist, von den Bedürfnissen der Verbraucher auszugehen und die Grundlagen für die Transformation von Prozessen, Daten, Technologie und Kultur zu schaffen.

Andererseits zeichnet sich der Manager durch seine Beherrschung der **geschäftlichen Anwendungen von Künstlicher Intelligenz** aus, ein Fach, in dem er einen Aufbaustudiengang an der London Business School absolviert hat. Gleichzeitig hat er Erfahrungen im Bereich **IoT** und **Salesforce** gesammelt.



## Hr. Arman, Romi

---

- Direktor für digitale Transformation (CDO) bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Globaler Leiter für eCommerce und Kundenservice bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Nationaler Key Account Manager (Automobilhersteller und Einzelhandel) bei Shell in Kuala Lumpur, Malaysia
- Senior Management Consultant (Finanzdienstleistungssektor) für Accenture mit Sitz in Singapur
- Hochschulabschluss an der Universität von Leeds
- Aufbaustudiengang in Geschäftsanwendungen der KI für leitende Angestellte an der London Business School
- Zertifizierung zum CCXP Customer Experience Professional
- Kurs in Digitale Transformation für Führungskräfte von IMD



*Möchten Sie Ihr Wissen mit höchster pädagogischer Qualität aktualisieren? TECH bietet Ihnen die aktuellsten Inhalte auf dem akademischen Markt, die von authentischen Experten von internationalem Prestige entwickelt wurden"*

## Internationaler Gastdirektor

Manuel Arens ist ein erfahrener Experte für Datenmanagement und Leiter eines hochqualifizierten Teams. Arens ist globaler Einkaufsleiter in der Abteilung für technische Infrastruktur und Rechenzentren von Google, wo er den größten Teil seiner Karriere verbracht hat. Von Mountain View, Kalifornien, aus hat er Lösungen für die operativen Herausforderungen des Tech-Giganten erarbeitet, wie beispielsweise die Integrität von Stammdaten, die Aktualisierung von Lieferantendaten und die Priorisierung von Lieferanten. Er hat die Planung der Lieferkette von Rechenzentren und die Risikobewertung von Lieferanten geleitet und dabei Prozessverbesserungen und ein Workflow-Management geschaffen, die zu erheblichen Kosteneinsparungen geführt haben.

Mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung in der Bereitstellung digitaler Lösungen und der Führung von Unternehmen in verschiedenen Branchen verfügt er über umfassende Erfahrung in allen Aspekten der Bereitstellung strategischer Lösungen, einschließlich Marketing, Medienanalyse, Messung und Attribution. Für seine Arbeit hat er mehrere Auszeichnungen erhalten, darunter den BIM Leadership Preis, den Search Leadership Preis, den Preis für das Programm zur Leadgenerierung im Export und den Preis für das beste Vertriebsmodell von EMEA.

Arens war auch als Vertriebsleiter in Dublin, Irland, tätig. In dieser Funktion baute er innerhalb von drei Jahren ein Team von 4 auf 14 Mitarbeiter auf und führte das Vertriebsteam so, dass es Ergebnisse erzielte und gut miteinander und mit funktionsübergreifenden Teams zusammenarbeitete. Außerdem war er als Senior Industrieanalyst in Hamburg tätig und erstellte Storylines für über 150 Kunden, wobei er interne und externe Tools zur Unterstützung der Analyse einsetzte. Er entwickelte und verfasste ausführliche Berichte, in denen er sein Fachwissen unter Beweis stellte, einschließlich des Verständnisses der makroökonomischen und politischen/regulatorischen Faktoren, die die Einführung und Verbreitung von Technologien beeinflussen.

Er hat auch Teams bei Unternehmen wie Eaton, Airbus und Siemens geleitet, wo er wertvolle Erfahrungen im Kunden- und Lieferkettenmanagement sammeln konnte. Er zeichnet sich besonders dadurch aus, dass er die Erwartungen immer wieder übertrifft, indem er wertvolle Kundenbeziehungen aufbaut und nahtlos mit Menschen auf allen Ebenen eines Unternehmens zusammenarbeitet, einschließlich Stakeholdern, Management, Teammitgliedern und Kunden. Sein datengesteuerter Ansatz und seine Fähigkeit, innovative und skalierbare Lösungen für die Herausforderungen der Branche zu entwickeln, haben ihn zu einer führenden Persönlichkeit in seinem Bereich gemacht.



## Hr. Arens, Manuel

---

- Globaler Einkaufsleiter bei Google, Mountain View, USA
- Senior B2B Analytics and Technology Manager bei Google, USA
- Vertriebsleiter bei Google, Irland
- Senior Industrial Analyst bei Google, Deutschland
- Kundenbetreuer bei Google, Irland
- Accounts Payable bei Eaton, UK
- Lieferkettenmanager bei Airbus, Deutschland



*Setzen Sie auf TECH! Sie werden Zugang zu den besten didaktischen Materialien haben, die auf dem neuesten Stand der Technik und der Bildung sind und von international anerkannten Spezialisten auf diesem Gebiet umgesetzt werden“*

## Internationaler Gastdirektor

Andrea La Sala ist ein erfahrener Marketingmanager, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss** auf die **Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising und Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren und konkrete, auf spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen** durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität** und seine **Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein **ausgeprägtes kommerzielles Bewusstsein, eine Marktvision** und eine **echte Leidenschaft** für die **Produkte**.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising** bei **Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien für Bekleidung und Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den **Einzelhandel** und die **Bedürfnisse und das Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des **Produktmarketings** in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation und Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein** oder der **Gruppe Coin** Projekte zur Förderung der **Struktur, Entwicklung und Vermarktung** verschiedener Kollektionen durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern für Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich. Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer** in der **Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe Managementkapazität, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung verschiedener Marken** und die **Neudefinition ihrer Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.



## Hr. La Sala, Andrea

---

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani, Mailand, Italien
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A.
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*Bei TECH erwarten Sie die qualifiziertesten und erfahrensten internationalen Fachleute, die Ihnen einen erstklassigen Unterricht bieten, der auf dem neuesten Stand der Wissenschaft ist und auf den neuesten Erkenntnissen beruht. Worauf warten Sie, um sich einzuschreiben?"*

## Internationaler Gastdirektor

Mick Gram ist international ein Synonym für Innovation und Exzellenz im Bereich der **Business Intelligence**. Seine erfolgreiche Karriere ist mit Führungspositionen in multinationalen Unternehmen wie **Walmart** und **Red Bull** verbunden. Er ist auch bekannt für seine Vision, **aufkommende Technologien zu identifizieren**, die langfristig einen nachhaltigen Einfluss auf das Unternehmensumfeld haben.

Andererseits gilt er als Pionier bei der **Verwendung von Datenvisualisierungstechniken**, die komplexe Datensätze vereinfachen, sie zugänglich machen und die Entscheidungsfindung erleichtern. Diese Fähigkeit wurde zur Säule seines beruflichen Profils und machte ihn zu einem begehrten Aktivposten für viele Organisationen, die auf das **Sammeln von Informationen und darauf basierende konkrete Maßnahmen** setzen.

Eines seiner herausragendsten Projekte der letzten Jahre war die **Plattform Walmart Data Cafe**, die größte ihrer Art weltweit, die in der Cloud für **Big Data-Analysen** verankert ist. Darüber hinaus war er als **Direktor für Business Intelligence** bei **Red Bull** tätig, wo er Bereiche wie **Verkauf, Vertrieb, Marketing und Lieferkettenoperationen** abdeckte. Sein Team wurde kürzlich für seine ständige Innovation bei der Nutzung der neuen API von Walmart Luminare für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

Was die Ausbildung betrifft, so verfügt die Führungskraft über mehrere Master- und Aufbaustudiengänge an renommierten Zentren wie der **Universität von Berkeley** in den Vereinigten Staaten und der **Universität von Kopenhagen** in Dänemark. Durch diese ständige Weiterbildung hat der Experte modernste Kompetenzen erlangt. So gilt er als **geborener Anführer** der **neuen globalen Wirtschaft**, in deren Mittelpunkt das Streben nach Daten und ihren unendlichen Möglichkeiten steht.



## Hr. Gram, Mick

---

- Direktor für *Business Intelligence* und Analytik bei Red Bull, Los Angeles, USA
- Architekt für *Business Intelligence*-Lösungen für Walmart Data Café
- Unabhängiger Berater für *Business Intelligence* und *Data Science*
- Direktor für *Business Intelligence* bei Capgemini
- Chefanalyst bei Nordea
- Senior Berater für *Business Intelligence* bei SAS
- Executive Education in KI und Machine Learning am UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA in E-Commerce an der Universität von Kopenhagen
- Hochschulabschluss und Masterstudiengang in Mathematik und Statistik an der Universität von Kopenhagen



*Studieren Sie an der laut Forbes besten Online-Universität der Welt! In diesem MBA haben Sie Zugang zu einer umfangreichen Bibliothek mit Multimedia-Ressourcen, die von international renommierten Professoren entwickelt wurden"*

## Internationaler Gastdirektor

Scott Stevenson ist ein angesehener Experte für **digitales Marketing**, der seit über 19 Jahren für eines der mächtigsten Unternehmen der Unterhaltungsindustrie, **Warner Bros. Discovery**, tätig ist. In dieser Funktion war er maßgeblich an der **Überwachung der Logistik** und der  **kreativen Arbeitsabläufe** auf mehreren digitalen Plattformen beteiligt, darunter soziale Medien, Suche, Display und lineare Medien.

Seine Führungsqualitäten haben entscheidend dazu beigetragen, die **Produktionsstrategien für bezahlte Medien** voranzutreiben, was zu einer deutlichen **Verbesserung der Konversionsraten** seines Unternehmens führte. Gleichzeitig hat er während seiner früheren Tätigkeit im Management desselben multinationalen Unternehmens andere Aufgaben übernommen, wie z. B. die des Marketingdirektors und des Verkehrsleiters.

Stevenson war auch am weltweiten Vertrieb von Videospielen und **digitalen Eigentumskampagnen** beteiligt. Außerdem war er für die Einführung operativer Strategien im Zusammenhang mit der Fortbildung, Fertigstellung und Lieferung von Ton- und Bildinhalten für **Fernsehwerbung und Trailer** verantwortlich.

Darüber hinaus hat er einen Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida und einen Masterstudiengang in Kreativem Schreiben von der Universität von Kalifornien absolviert, was seine Fähigkeiten in den Bereichen **Kommunikation** und **Storytelling** unter Beweis stellt. Außerdem hat er an der Fakultät für Berufliche Entwicklung der Universität Harvard an bahnbrechenden Programmen über den Einsatz von **Künstlicher Intelligenz** in der **Wirtschaft** teilgenommen. Sein berufliches Profil ist somit eines der wichtigsten im Bereich **Marketing** und **digitale Medien**.



## Hr. Stevenson, Scott

---

- Direktor für Marketingdienste bei Warner Bros. Discovery, Burbank, USA
- Verkehrsleiter bei Warner Bros. Entertainment
- Masterstudiengang in Kreatives Schreiben von der Universität von Kalifornien
- Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida

“

*Erreichen Sie Ihre akademischen und beruflichen Ziele mit den am besten qualifizierten Experten der Welt! Die Dozenten dieses MBA werden Sie durch den gesamten Lernprozess begleiten"*

## Internationaler Gastdirektor

Dr. Eric Nyquist ist ein führender internationaler Sportexperte, der auf eine beeindruckende Karriere zurückblicken kann. Er ist bekannt für seine **strategischen Führungsqualitäten** und seine Fähigkeit, Veränderungen und **Innovationen in hochrangigen Sportorganisationen** voranzutreiben.

Er hatte unter anderem leitende Positionen als **Direktor für Kommunikation und Einfluss bei NASCAR in Florida, USA**, inne. Mit seiner langjährigen Erfahrung bei NASCAR hat Dr. Nyquist auch eine Reihe von Führungspositionen innegehabt, darunter **Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung** und **Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten**, wobei er mehr als ein Dutzend Disziplinen von der **strategischen Entwicklung** bis zum **Unterhaltungsmarketing** leitete.

Nyquist hat auch Chicagos Top-Sportfranchises einen bedeutenden Stempel aufgedrückt. Als **Geschäftsführender Vizepräsident der Chicago Bulls** und der **Chicago White Sox** hat er seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, **geschäftliche und strategische Erfolge** in der Welt des Profisports zu erzielen.

Schließlich begann er seine Karriere im Sport, als er in **New York** als **leitender strategischer Analyst** für **Roger Goodell** in der **National Football League (NFL)** arbeitete und davor als **Rechtspraktikant** beim **Amerikanischen Fußballverband**.



## Hr. Nyquist, Eric

---

- Direktor für Kommunikation und Einfluss, NASCAR, Florida, USA
- Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung, NASCAR, USA
- Vizepräsident für strategische Planung bei NASCAR
- Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten bei NASCAR
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago White Sox
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago Bulls
- Manager für Geschäftsplanung bei der National Football League (NFL)
- Praktikant für Geschäftsangelegenheiten/Recht beim amerikanischen Fußballverband
- Promotion in Rechtswissenschaften an der Universität von Chicago
- Masterstudiengang in Betriebswirtschaft (MBA) an der Booth School of Business der Universität von Chicago
- Hochschulabschluss in Internationaler Wirtschaft am Carleton College



*Dank dieses 100%igen Online-Universitätsabschlusses können Sie Ihr Studium mit Hilfe der führenden internationalen Experten auf dem Gebiet, das Sie interessiert, mit Ihren täglichen Verpflichtungen verbinden. Schreiben Sie sich jetzt ein!"*

## Leitung



### Fr. Auni3n Lavar3as, Mar3a Eugenia

- ♦ Apothekerin mit Spezialisierung auf Klinische Ern3hrung
- ♦ Autorin des Nachschlagewerks auf dem Gebiet der klinischen Ern3hrung „Di3tmetisches Management von 3bergewicht in der Apotheke“ (Verlag M3dica Panamericana)
- ♦ Apothekerin mit umfangreicher Erfahrung im 3ffentlichen und privaten Sektor
- ♦ Leitende Apothekerin
- ♦ Pharmazeutische Assistentin, Apothekenkette, Britisches Einzelhandelsunternehmen f3r Gesundheit und Sch3nheit Boots UK, Oxford Street Central London
- ♦ Hochschulabschluss in Lebensmittelwissenschaft und -technologie, Universit3t von Valencia
- ♦ Leitung des Universit3tskurses in Dermokosmetik, Apotheke



# 05 Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Programms ist ein umfassender Wissensfundus, der dem Apotheker die Möglichkeit gibt, die fortschrittlichsten Kenntnisse im Bereich Leitung und Management von Apotheken auf dem aktuellen Stand der Dinge zu erwerben oder sich anzueignen. Die Struktur dieses Programms, das mit vielseitigen Themen gefüllt ist, soll ein Konglomerat von präzisen Aspekten sein, die dem Apotheker helfen, die wichtigsten Säulen und den richtigen Modus Operandi für die Leitung einer Apotheke zu erkennen.





“

*Ein sehr komplettes Lehrprogramm, das in sehr gut ausgearbeitete didaktische Einheiten gegliedert ist, die auf effizientes und schnelles Lernen ausgerichtet sind und sich mit Ihrem persönlichen und beruflichen Leben vereinbaren lassen"*

## Modul 1. Verantwortungsvolles Management der Apotheke

- 1.1. Die Rolle der Gemeinschaftsapotheke. Tätigkeitsbereich der Gemeinschaftsapotheke. Mission der Organisation
- 1.2. Analyse des Umfelds der Gemeinschaftsapotheke
- 1.3. Gesundheitsförderung in der Gemeinschaftsapotheke
- 1.4. Umsetzung bewährter Praktiken in der Gemeinschaftsapotheke
- 1.5. Rationelle Verwendung von Medikamenten in Apotheken
- 1.6. Fortbildung und Information für die angemessene Verwendung von Arzneimitteln und Medizinprodukten
- 1.7. Berufsgeheimnis. Moralische Grundlage apothekerlichen Schweigepflicht und des Berufsgeheimnisses
- 1.8. Konzept und Funktionen von ethischen Kodizes. Verantwortungsvolle Ausübung der beruflichen Kompetenz. Unlauterer Wettbewerb
- 1.9. Soziale Verantwortung von Unternehmen angewandt auf Apotheken. Respekt für die Umwelt und die Abfallwirtschaft
- 1.10. Organisation der Apotheke

## Modul 2. Wirtschaftlich-finanzielles Management der Apotheke

- 2.1. Grundlagen der Apothekenverwaltung
- 2.2. Verwaltungsabläufe in der Apotheke
- 2.3. Analyse der finanziellen und wirtschaftlichen Kennzahlen in der Apotheke
- 2.4. Inventarverwaltung

## Modul 3. Leitung und Management der Personalabteilung der Apotheke

- 3.1. Organisatorische Modelle. Struktur und Organigramme
- 3.2. Das Team als treibende Kraft. Profil des Eigentümers und seiner Mitarbeiter
- 3.3. Personalauswahl und Vorstellungsgespräch
- 3.4. Familienmitglieder in der Apotheke
- 3.5. Definition der Mission. *Stakeholder*
- 3.6. Interdependenzen und Führung
- 3.7. Modell der Verwaltung und Entwicklung von Menschen durch Identifikation mit der Mission
- 3.8. Motivation: Fortbildung und berufliche Entwicklung, Vergeltung
- 3.9. Vorbeugung gegen berufliche Risiken
- 3.10. Organisation und interne Kommunikation



#### Modul 4. Optimierung der Einkaufs- und Logistikprozesse in der Apotheke

- 4.1. Logistikunternehmen und ihre Beschaffungsmodelle
- 4.2. Der Einkauf
- 4.3. Verwaltung und Verhandlung von Lieferanten
- 4.4. Die Vertriebskette
- 4.5. Produktsortiment
- 4.6. Sortimentsmanagement
- 4.7. Management der Einkäufe
- 4.8. Lagerverwaltung
- 4.9. Die Produkte
- 4.10. Förderung und Einführung neuer Produkte

#### Modul 5. Kunden-/Patientenmanagement

- 5.1. Die Apotheke als Raum für Gesundheitsmanagement
- 5.2. Kommunikation für die Annäherung an das Kunden/Patienten-Binom
- 5.3. Kundensegmentierung
- 5.4. Verbraucherpsychologie und -verhalten
- 5.5. Professionelle Verantwortung, die treibende Kraft des Managements
- 5.6. Stamm- und Neukunden
- 5.7. Kundenbindungsprogramme
- 5.8. Kundendienst

#### Modul 6. Pharmazeutisches Marketing

- 6.1. Grundlagen des Marketings
- 6.2. Pharmazeutisches und Beziehungsmarketing
- 6.3. Märkte. Positionierung
- 6.4. Marktforschung in der Apotheke
- 6.5. Pharmazeutisches Merchandising: Angebote und Kommunikation
- 6.6. Werbung und Promotion
- 6.7. Die Digitalisierung der Apotheke: von 1.0 bis 3.0
- 6.8. Strategisches Marketing
- 6.9. Mikromarketing

#### Modul 7. Verkauf in der Apotheke

- 7.1. Psychologie und Verkaufstechniken
- 7.2. Verkaufszyklus
- 7.3. Umsatzprognose
- 7.4. Preispolitik
- 7.5. Produkttypologien
- 7.6. Rentabilitätsorientierung der Produkte
- 7.7. Typologien von Käufen und Kunden
- 7.8. Cross-Selling und Up-Selling
- 7.9. Kompromittierte Situationen
- 7.10. *Digital E-Commerce Management*

#### Modul 8. Kommunikation in der Apotheke

- 8.1. Konzept und Wert der internen Kommunikation
- 8.2. Kommunikation mit Mitarbeitern
- 8.3. Management von Konflikten
- 8.4. Führungsrolle und Teammanagement
- 8.5. Kommunikation mit dem Kunden
- 8.6. Das Image der Apotheke
- 8.7. Medien für technische Kommunikation
- 8.8. Strategien zum Handeln in sozialen Netzwerken
- 8.9. Digitales Marketing zur Anwerbung und Bindung von Kunden

#### Modul 9. Management der professionellen Dienstleistungen in der Apotheke

- 9.1. Dienstleistungen, die in der Apotheke angeboten werden können
- 9.2. Auswahl und Implementierung von Dienstleistungen
- 9.3. Anforderungen an die Entwicklung von Dienstleistungen
- 9.4. Angebot und Überwachung von Dienstleistungen
- 9.5. Wirtschaftliche Verwaltung von Dienstleistungen

## Modul 10. Qualitätsmanagement in der Apotheke

- 10.1. Qualität
- 10.2. Qualitätszertifizierungen der Apotheke
- 10.3. Strategisches und umfassendes Qualitätsmanagement (TQM)
- 10.4. Kontrollpunkte und Verbesserungsindikatoren
- 10.5. Identifizierung von strategischen Nischen und Wettbewerbsvorteilen
- 10.6. *Dashboards*

## Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 11.1. Globalisierung und Governance
  - 11.1.1. Governance und Corporate Governance
  - 11.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
  - 11.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance
- 11.2. *Cross Cultural Management*
  - 11.2.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
  - 11.2.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
  - 11.2.3. Diversitätsmanagement
- 11.3. Managemententwicklung und Führung
  - 11.3.1. Konzept der Managemententwicklung
  - 11.3.2. Konzept der Führung
  - 11.3.3. Theorien der Führung
  - 11.3.4. Führungsstile
  - 11.3.5. Intelligenz in der Führung
  - 11.3.6. Die Herausforderungen der Führung heute
- 11.4. Wirtschaftsethik
  - 11.4.1. Ethik und Moral
  - 11.4.2. Wirtschaftsethik
  - 11.4.3. Führung und Ethik in Unternehmen
- 11.5. Nachhaltigkeit
  - 11.5.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
  - 11.5.2. Agenda 2030
  - 11.5.3. Nachhaltige Unternehmen

- 11.6. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
  - 11.6.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
  - 11.6.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
  - 11.6.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
  - 11.6.4. CSR-Instrumente und -Standards
- 11.7. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
  - 11.7.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
  - 11.7.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
  - 11.7.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung
- 11.8. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
  - 11.8.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
  - 11.8.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
  - 11.8.3. Internationales Arbeitsrecht

## Modul 12. Personal- und Talentmanagement

- 12.1. Strategisches Management von Menschen
  - 12.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
  - 12.1.2. Strategisches Management von Menschen
- 12.2. Kompetenzbasiertes HR-Management
  - 12.2.1. Analyse des Potenzials
  - 12.2.2. Vergütungspolitik
  - 12.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne
- 12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement
  - 12.3.1. Leistungsmanagement
  - 12.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse
- 12.4. Entwicklung von Hochleistungsteams
  - 12.4.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
  - 12.4.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams
- 12.5. Änderungsmanagement
  - 12.5.1. Änderungsmanagement
  - 12.5.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
  - 12.5.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement

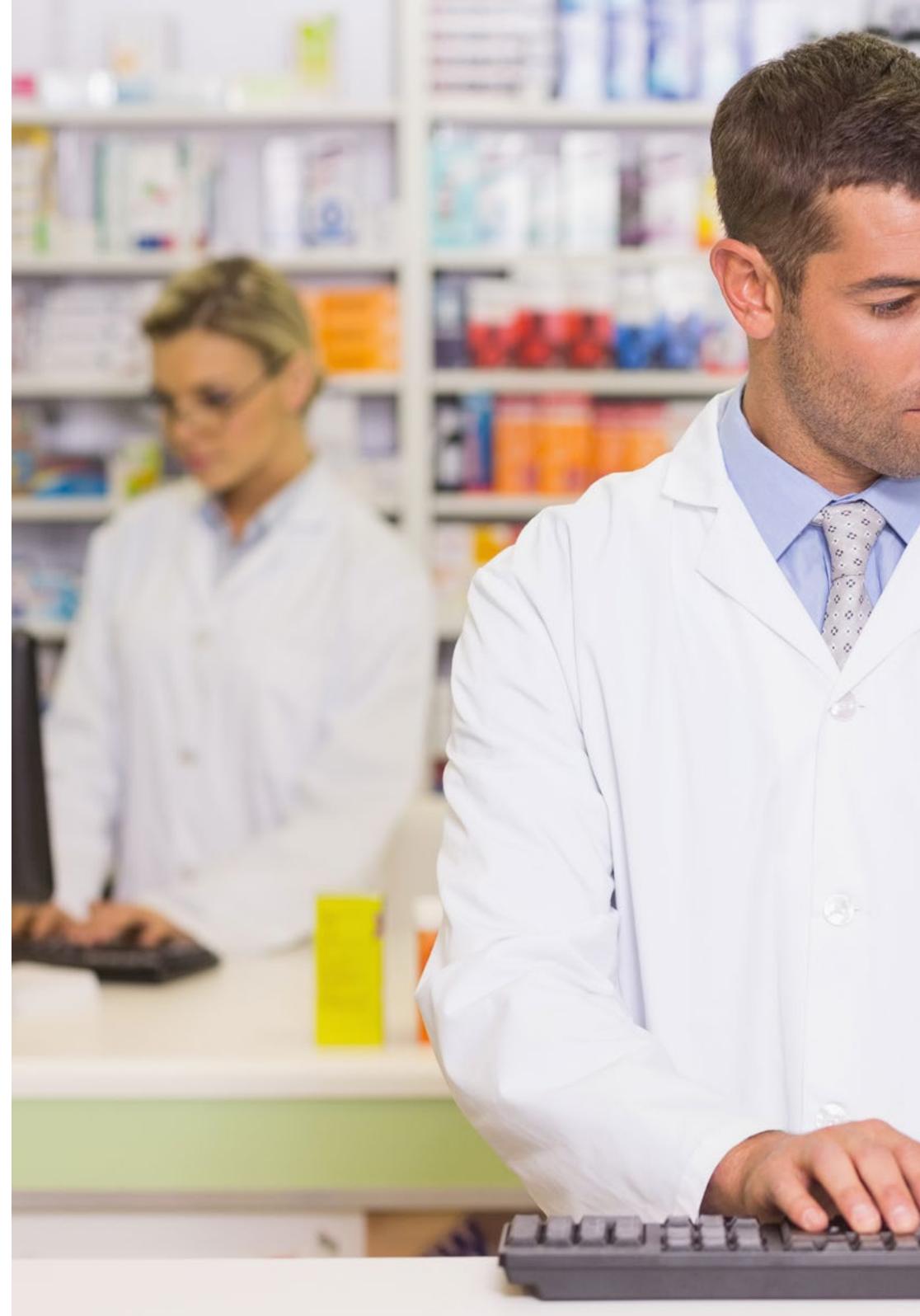
- 12.6. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
  - 12.6.1. Verhandlung
  - 12.6.2. Management von Konflikten
  - 12.6.3. Krisenmanagement
- 12.7. Kommunikation der Führungskräfte
  - 12.7.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
  - 12.7.2. Abteilungen für Kommunikation
  - 12.7.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom
- 12.8. Produktivität, Attraktivität, Bindung und Aktivierung von Talenten
  - 12.8.1. Produktivität
  - 12.8.2. Anziehung und Bindung von Talenten

## Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- 13.1. Wirtschaftliches Umfeld
  - 13.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
  - 13.1.2. Finanzinstitutionen
  - 13.1.3. Finanzmärkte
  - 13.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
  - 13.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors
- 13.2. Buchhaltung
  - 13.2.1. Grundlegende Konzepte
  - 13.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
  - 13.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
  - 13.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
  - 13.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung
- 13.3. Informationssysteme und *Business Intelligence*
  - 13.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
  - 13.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
  - 13.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung
- 13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
  - 13.4.1. Das Haushaltsmodell
  - 13.4.2. Das Kapitalbudget
  - 13.4.3. Das Betriebsbudget
  - 13.4.5. Cash-Budget
  - 13.4.6. Haushaltsüberwachung
- 13.5. Finanzmanagement
  - 13.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
  - 13.5.2. Die Finanzabteilung
  - 13.5.3. Bargeldüberschüsse
  - 13.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
  - 13.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung
- 13.6. Finanzielle Planung
  - 13.6.1. Definition der Finanzplanung
  - 13.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
  - 13.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
  - 13.6.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
  - 13.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals
- 13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie
  - 13.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
  - 13.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung
- 13.8. Strategische Finanzierungen
  - 13.8.1. Selbstfinanzierung
  - 13.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
  - 13.8.3. Hybride Ressourcen
  - 13.8.4. Finanzierung durch Intermediäre
- 13.9. Finanzanalyse und -planung
  - 13.9.1. Analyse der Bilanz
  - 13.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
  - 13.9.3. Analyse der Rentabilität
- 13.10. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
  - 13.10.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

## Modul 14. Geschäftsleitung

- 14.1. General Management
  - 14.1.1. Konzept des General Management
  - 14.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
  - 14.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
  - 14.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 14.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
  - 14.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 14.3. Operations Management
  - 14.3.1. Bedeutung des Managements
  - 14.3.2. Die Wertschöpfungskette
  - 14.3.3. Qualitätsmanagement
- 14.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
  - 14.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 14.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
  - 14.4.3. Kommunikationsbarrieren
- 14.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
  - 14.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 14.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
  - 14.5.3. Kommunikation in der Organisation
  - 14.5.4. Werkzeuge in der Organisation
- 14.6. Krisenkommunikation
  - 14.6.1. Krise
  - 14.6.2. Phasen der Krise
  - 14.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 14.7. Einen Krisenplan vorbereiten
  - 14.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
  - 14.7.2. Planung
  - 14.7.3. Angemessenheit des Personals





- 14.8. Emotionale Intelligenz
  - 14.8.1. Emotionale Intelligenz und Kommunikation
  - 14.8.2. Durchsetzungsvermögen, Einfühlungsvermögen und aktives Zuhören
  - 14.8.3. Selbstwertgefühl und emotionale Kommunikation
- 14.9. *Personal Branding*
  - 14.9.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
  - 14.9.2. Regeln des Personal Branding
  - 14.9.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

“

*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert"*

06

# Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

## Bei TECH verwenden wir die Fallmethode

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten klinischen Fällen konfrontiert, die auf realen Patienten basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode. Die Pharmazeuten lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

*Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt.*



Nach Dr. Gérvas ist der klinische Fall die kommentierte Darstellung eines Patienten oder einer Gruppe von Patienten, die zu einem "Fall" wird, einem Beispiel oder Modell, das eine besondere klinische Komponente veranschaulicht, sei es wegen seiner Lehrkraft oder wegen seiner Einzigartigkeit oder Seltenheit. Es ist wichtig, dass der Fall auf dem aktuellen Berufsleben basiert und versucht, die tatsächlichen Bedingungen in der Berufspraxis des Pharmazeuten nachzustellen.

“

*Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert“*

#### Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Pharmazeuten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen, die die Bewertung realer Situationen und die Anwendung von Wissen beinhalten.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



## Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

*Der Pharmazeut lernt durch reale Fälle und die Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.*



Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methode wurden mehr als 115.000 Pharmazeuten mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachbereichen fortgebildet, unabhängig von der praktischen Belastung. Diese pädagogische Methodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft mit einem hohen sozioökonomischen Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert.

Die Gesamtnote des TECH-Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den pharmazeutischen Fachkräften, die den Kurs leiten werden, speziell für diesen Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist..

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



### Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt dem Studenten die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die aktuellsten Verfahren der pharmazeutischen Versorgung näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Präzision, erklärt und detailliert, um zur Assimilation und zum Verständnis beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie sie so oft anschauen können, wie Sie wollen.



### Interaktive Zusammenfassungen

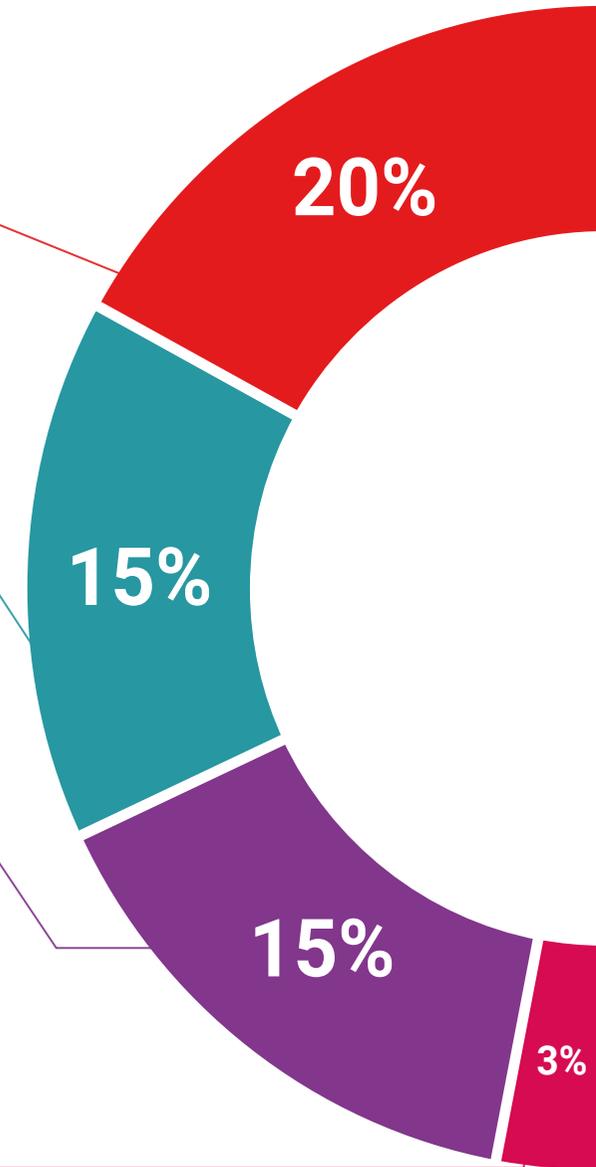
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

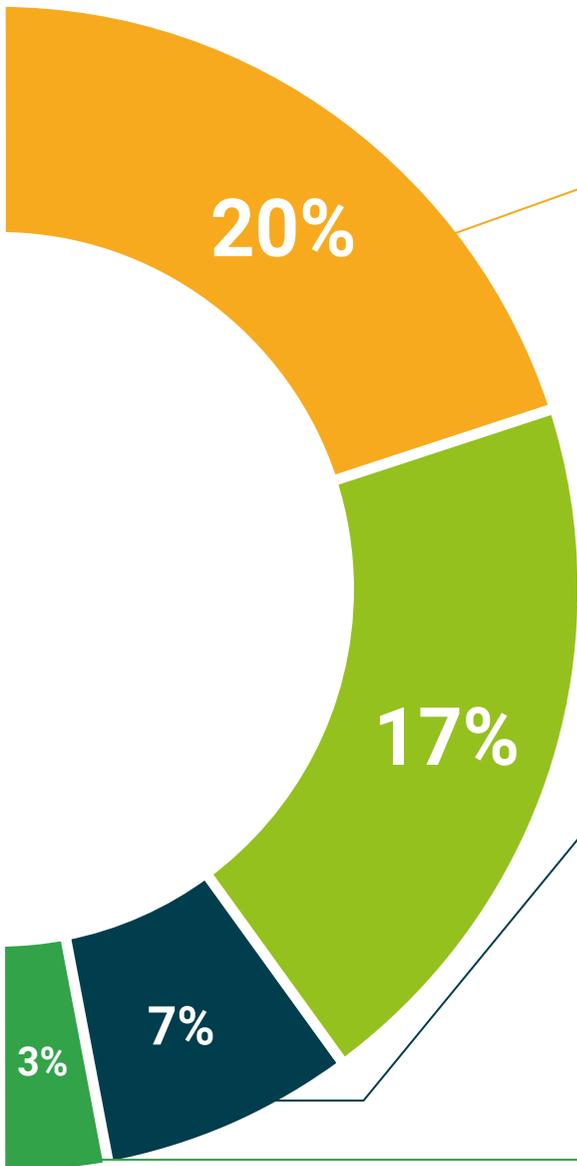
Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





### Von Experten entwickelte und geleitete Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Deshalb stellen wir Ihnen reale Fallbeispiele vor, in denen der Experte Sie durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung der verschiedenen Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um ein Höchstmaß an Verständnis zu erreichen.



### Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



### Kurzanleitungen zum Vorgehen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



07

# Qualifizierung

Der MBA in Leitung und Management von Apotheken garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab  
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss  
ohne lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser **MBA in Leitung und Management von Apotheken** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

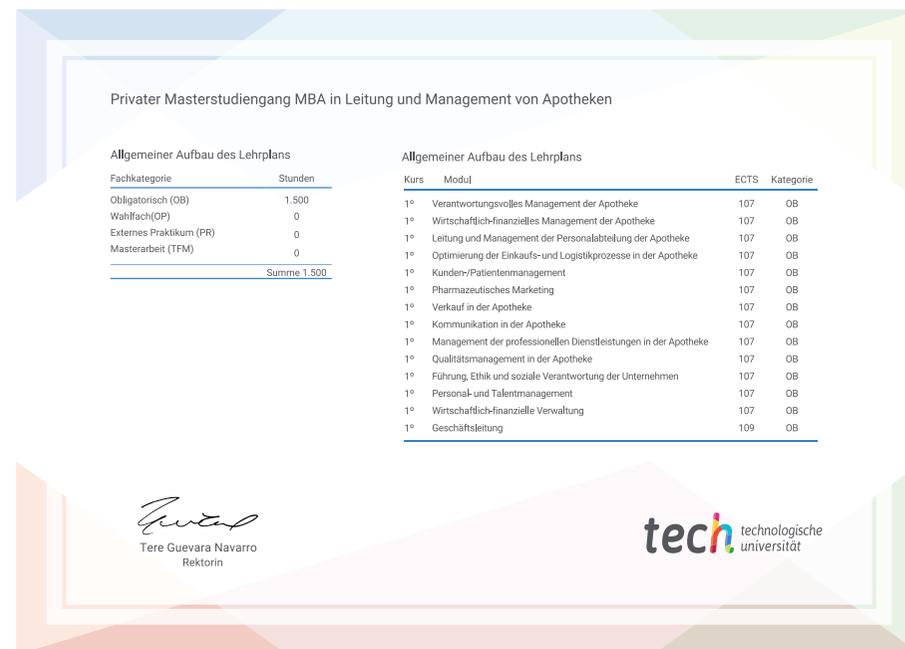
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Privater Masterstudiengang MBA in Leitung und Management von Apotheken**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen  
erziehung information tutoren  
garantie akkreditierung unterricht  
institutionen technologie lernen  
gemeinschaft verpflichtung  
persönliche betreuung innovation  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

## Privater Masterstudiengang

MBA in Leitung und  
Management von  
Apotheken

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Privater Masterstudiengang

MBA in Leitung und  
Management von  
Apotheken

