

# Health Care Marketing

Certificate of Advanced Studies (CAS)



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Lehrgang

## Spezialisierte Marketingkompetenz im Gesundheitswesen

Der CAS Health Care Marketing vermittelt Teilnehmenden aus Health-Care-Unternehmen und Kliniken gezielt strategisches und digitales Marketing-Know-how – für Ihre persönliche Weiterentwicklung im Schweizer Gesundheitswesen.

### AUSGANGSLAGE

Dieser CAS ist als «Bootcamp» für Health Care Marketeers konzipiert. Sie lernen praxisorientierte Marketinggrundlagen und nützliche Strategie- und Digital-Marketing-Tools kennen – direkt aus dem Gesundheitsmarkt. Die Kursinhalte beziehen sich auf reale Fallstudien aus der Medizintechnik, OTC-Pharmaunternehmen und Kliniken. Unsere Dozierenden und Gastreferentinnen und -referenten verfügen über langjährige Erfahrung im Health Care Marketing und verschaffen Ihnen den Zugang zu einem umfangreichen Netzwerk. Wenn Sie Ihre Expertise weiter ausbauen möchten, können Sie sich den CAS nach Ihrem erfolgreichem Abschluss an den MAS Health Care & Marketing, den MAS Product Management oder den MAS Marketing Management anrechnen lassen.

### ZIELPUBLIKUM

Der CAS richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus dem Gesundheitsmarkt. Die Teilnehmenden haben bereits Marketingverantwortung übernommen oder möchten sich systematisch auf eine der folgenden Funktionen vorbereiten:

- Verantwortliche für Marketing, Produktmanagement, Business Development oder Vertrieb in Medizintechnik-, OTC-Pharma- oder Health-IT-Unternehmen
- Kommunikations- und Marketingfachleute in Kliniken, Arztpraxen und im medizinischen Fachhandel

Die Teilnehmenden verfügen über berufliche Erfahrung aus der stationären oder ambulanten Gesundheitsversorgung oder aus Health-Care-Unternehmen mit Ausrichtung auf den Schweizer Markt.

### LERNZIELE UND NUTZEN

Nach Ihrem erfolgreichen Abschluss verfügen Sie über die notwendigen Branchen- und Marketingkenntnisse, um selbstständig einen professionellen Marketingplan für medizinische Dienstleistungen oder Produkte zu erstellen:

- Sie kennen die zentralen Akteure und regulatorischen Rahmenbedingungen des Schweizer Gesundheitsmarktes.
- Sie verstehen es, zielgruppenspezifische Strategien mittels Analysetools und systematischer Marktforschung zu entwickeln.
- Sie verstehen es, Websites, Landing Pages und Search Engine Ads werberechtlich korrekt auszugestalten.
- Sie wissen die meistgenutzten Social-Media-Plattformen für HCP und Patientinnen und Patienten für Kommunikationskampagnen zu nutzen.
- Sie beherrschen die Grundlagen der Krisenkommunikation online und offline.
- Sie verstehen es, einen überzeugenden Marketingplan zu entwickeln und der Geschäftsleitung zu präsentieren.

Beispiele für typische Fallstudien und Gruppenarbeiten:

- Marktpotenzialanalyse im Schweizer Markt für chirurgische Navigationsgeräte
- Websitegestaltung und Inbound Marketing für eine Klinik unter Berücksichtigung werberechtlicher Einschränkungen
- Kombinierte digitale und eventbasierte Kommunikationskampagne für Zuweiser
- Multichannel-Launchkampagne für ein neues Medikament

# Aufbau und Inhalt

## Wir übersetzen Marketingtheorie in Ihren Health-Care-Alltag

Die Marketingtools werden ergänzt durch Praxisreferate und Fallstudien zu lokalen Health-Care-Unternehmen und Kliniken.

### MODULÜBERSICHT

<b>MODUL 1</b> 6 ECTS-Credits	<b>MODUL 2</b> 6 ECTS-Credits
<b>Besonderheiten und Akteure im Gesundheitsmarkt</b>	<b>Marketing und Kommunikation im Gesundheitswesen</b>
<b>Strategische Markt- und Unternehmensanalyse</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Industrieanalyse nach Porter (Five-Forces-Modell)</li><li>– Stärken- und Schwächenanalyse des Unternehmens (SWOT)</li><li>– Von der Marktsegmentierung zur Positionierung (STP-Modell)</li><li>– Kennenlernapéro</li></ul> <b>Schweizer Gesundheitssystem</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Wichtige Institutionen, Verbände und Prozesse im Gesundheitssystem</li><li>– Vergütungssysteme für ambulante (TARMED) und stationäre Leistungen (DRG)</li><li>– Forschungsergebnisse zum Patientenverhalten</li></ul> <b>Strategie- und Forschungstag</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Exklusive Einblicke in Unternehmens- und Klinikstrategien</li><li>– Aktuelle Forschungsergebnisse</li><li>– Socializing mit Teilnehmenden, Gastreferenten und Alumni</li></ul> <b>Branding und Marketing-Mix</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Präsentationen zu Leistungsnachweis I</li><li>– Branding im Health-Care-Kontext</li><li>– Marketing-Mix inkl. Preis- und Produktpolitik (4P und 7P Modell)</li></ul>	<b>Digitale Marketingkommunikation im Health-Care-Umfeld</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Digitale MarKom-Strategie (SOSTAC-Modell) &amp; Marketingpläne</li><li>– Werberecht Spital, MedTech und OTC Pharma gemäss Medizinalberufegesetz (MedBG), Medizinprodukteverordnung (MepV) und Arzneimittelwerbung (AMW)</li><li>– Websitegestaltung und SEO, Search Engine Ads und Email-Marketing</li></ul> <b>Social Media Kampagnen und Content Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Social Media für Health Care Practitioners (HCP)</li><li>– Social Media für Patientinnen, Patienten und Angehörige</li><li>– Content und Inbound Marketing für Industrie und Kliniken</li><li>– Einzelcoachings zu Kampagnentests und Leistungsnachweis II</li></ul> <b>CAS-Conference «Digital Health Care Marketing»</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Digital Trends und Best Practices in MedTech und Pharma</li><li>– Digital Trends und Best Practices im Klinikbereich</li><li>– Socializing mit Teilnehmenden, Gastreferenten und Alumni</li></ul> <b>Krisenkommunikation und Kursabschluss</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Präsentation Leistungsnachweis II</li><li>– Medientraining Krisenkommunikation</li><li>– Kursabschlussdinner</li></ul>

### METHODIK

Der CAS kombiniert klassischen Präsenzunterricht, Live VidCasts, Gruppenarbeiten und Selbststudium mit:

- der Bearbeitung von Health-Care-Fallstudien mit lokalem und internationalem Bezug;
- abwechslungsreichen Gastreferaten für exklusive Einblicke in neue Unternehmen und Marketingstrategien;
- intensivem Erfahrungs- und Best-Practice-Austausch zwischen den Kursteilnehmenden.

### DOZIERENDE

- Dozierende der ZHAW School of Management and Law mit Health-Care-Spezialisierung
- Ausgewiesene Marketingexpertinnen und -experten und Geschäftsleitungsmitglieder aus führenden Health-Care-Unternehmen und Kliniken

# Kontakt

Gerne beraten wir Sie in einem persönlichen Gespräch



## **Jens Haarmann**

Marketingdozent mit Schwerpunkt Health Care und langjähriger Marketingenerfahrung in führenden Health-Care-Unternehmen

## **STUDIENLEITUNG**

**Jens Haarmann, Dr.**

Institut für Marketing Management

Telefon +41 58 934 61 52

[jens.haarmann@zhaw.ch](mailto:jens.haarmann@zhaw.ch)

## **ADMINISTRATION UND ANMELDUNG**

ZHAW School of Management and Law

Customer Service Weiterbildung

Theaterstrasse 15b

Postfach

8401 Winterthur

Telefon +41 58 934 79 79

[info-weiterbildung.sml@zhaw.ch](mailto:info-weiterbildung.sml@zhaw.ch)

## **Institut für Marketing Management**

Das Institut für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law ist darauf ausgerichtet, wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen rund um das Marketing miteinander zu verknüpfen.

Die Aktivitäten des IMM decken das Spektrum des modernen Marketings in Forschung und Entwicklung, Dienstleistung, Weiterbildung und Lehre ab. Folgende Fachstellen sind Teil des IMM: Strategic Customer Relationship Management, Product Management, Behavioral Marketing, Service Lab, Communication & Branding und Digital Marketing.

Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und weiteren Institutionen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Expertennetzwerk bietet umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben dem CAS Health Care Marketing bietet das IMM ein breites Spektrum von Weiterbildungslehrgängen an.

>>> [www.zhaw.ch/imm](http://www.zhaw.ch/imm)

# Organisatorisches

## Die Voraussetzungen für Ihren Erfolg

Besuchen Sie uns online für weitere Informationen.

### AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren relevanter Berufserfahrung im Gesundheitswesen. Berufsleute ohne Hochschulabschluss können aufgenommen werden, sofern sie über mindestens fünf Jahre Berufserfahrung und entsprechende Weiterbildungsausweise (höhere Fachschule oder höhere Fachprüfung mit eidgenössischem Fachausweis/Diplom) verfügen. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung.

### ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Kursen erfolgt online. Anmeldungen werden nach der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. >>> [www.zhaw.ch/imm/cashm](http://www.zhaw.ch/imm/cashm)

### TEILNEHMERZAHL

Die Teilnehmerzahl ist auf 16 Personen beschränkt.

### DATEN

Die Kursdaten sind jeweils online publiziert:

>>> [www.zhaw.ch/imm/cashm](http://www.zhaw.ch/imm/cashm)

### ARBEITSAUFWAND

Für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs werden 12 ECTS-Credits (European Credit Transfer System) vergeben. Pro Credit ist mit einem Arbeitsaufwand von 25 bis 30 Stunden zu rechnen. Für den gesamten Lehrgang entspricht dies 300 bis 360 Stunden.

### LEISTUNGSNACHWEIS

Den Leistungsnachweis erbringen Sie in Form einer strategischen Marktanalyse (Modul 1) und einem Marketingplan zu einem Health-Care-Projekt ihrer Wahl mit wesentlichen digitalen Anteilen (Modul 2).

### UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law (SML) in Winterthur, Zürich und online statt. Details zum Unterrichtsformat:

[www.zhaw.ch/imm/cashm](http://www.zhaw.ch/imm/cashm)

### DAUER

Der Lehrgang wird über einen Zeitraum von ca. vier Monaten berufsbegleitend absolviert.

### UNTERRICHTSZEITEN

Der Lehrgang umfasst insgesamt 120 Präsenz- und E-Learning-Lektionen. Diese sind verteilt auf ca. 14 Unterrichtstage, zumeist an Freitagen und Samstagen.

### UNTERRICHTSSPRACHE

Unterrichtssprache ist Deutsch, einzelne Gastreferate können jedoch auch auf Englisch stattfinden. Die Kursunterlagen sind in deutscher oder englischer Sprache verfasst.

### ABSCHLUSS

Nach erfolgreichem Erbringen der Leistungsnachweise sowie Erfüllen der Präsenzpflcht von mindestens 80 Prozent verleiht die SML das «Certificate of Advanced Studies in Health Care Marketing».

### KOSTEN

Die Kurskosten betragen CHF 8200.– pro Person. Darin ist sämtliches Kursmaterial enthalten.

### TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der SML finden Sie unter:

>>> [www.zhaw.ch/sml/atb-wb](http://www.zhaw.ch/sml/atb-wb)

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

# School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2  
Postfach  
8401 Winterthur  
Schweiz

[www.zhaw.ch/sml](http://www.zhaw.ch/sml)



**swissuniversities**