

Certified Health Care Marketing Manager



Klinikmarketing – Professionalisierung mit internationalem Anspruch



**Die Zertifizierung zum
„Health Care Marketing Manager“
bietet Ihnen:**

- Berufsbegleitende Ausbildung
- 21 Fortbildungstage
- Volle Anrechnung auf MBA-Studiengang

Analyse

**Holen Sie sich das Know-how für den
nächsten Karriereschritt.**

Controlling

Ziele

Maßnahmen Strategie

Certified Health Care Marketing Manager

Klinikmarketing – Professionalisierung mit internationalem Anspruch

Die Westfälische Wilhelms-Universität Münster bietet eine zertifizierte universitäre Fortbildung zum „Certified Health Care Marketing Manager“ unter Beteiligung von rotthaus.com an. Die berufsbegleitende Ausbildung dauert sechs Monate (im Zeitraum September 2009 bis Februar 2010). Veranstaltungsorte sind Münster und Köln. Sie besteht aus 21 Fortbildungstagen.



Prof. von Eiff

- Promotion im Fachbereich Wirtschaft, Universität Tübingen (1977)
- Kaufmännischer Geschäftsführer der Universitätsklinik Giessen (1977-1980)
- Leitender Manager in der Automobilindustrie (1980-1993)
- Promotion im Fachbereich Humanmedizin, Universität Giessen (1993)
- Habilitation Betriebswirtschaftslehre, Universität Würzburg (1993)
- Seit 1994 Leitung des CKM (Uni Münster) und Professor für Krankenhausmanagement

Die berufsbegleitende Fortbildung schließt mit der Anfertigung einer Projektarbeit und einer Fallstudie ab. Der Abschluss wird für den MBA-Studiengang „Hospital Management“ des CKM (Westfälische Wilhelms-Universität Münster) und der Donau-Universität Krems voll angerechnet. Die Weiterbildungskosten sind steuerlich absetzbar.

Zielgruppen

Das Certified Marketing-Programm bietet nicht nur Hilfe auf dem Weg zum Marketing-Profi, sondern wendet sich gerade auch an Mitarbeiter, die den Zusammenhang zwischen Marketing, Markenstatus, Patientenzufriedenheit und wirtschaftlichem Krankenhaus-erfolg verstehen möchten und dabei erfahren, wie ihr Leistungsbeitrag aussehen kann.

Warum Marketing?

Ziel aller Marketing-Aktivitäten ist es, nachgewiesene medizinische Kompetenzen sowie erlebbare Serviceleistungen den relevanten Zielgruppen sachlich und verständlich zu kommunizieren. Der Marketing-Profi ist als Spezialist für Methoden und Instrumente des Marketings gefordert, Strategien und Programme für eine vertrauensbildende Kommunikation nach innen und außen zu entwickeln. Er sorgt dafür, dass alle Informationsaktivitäten des Krankenhauses zielorientiert gebündelt werden.

Erfahrene Dozenten

Dozenten der Fortbildung sind

- Prof. Dr. Dr. Wilfried von Eiff, Professor für Krankenhausmanagement an der Universität Münster und Leiter des Centrums für Krankenhaus-Management,
- Stephan Rotthaus, Diplom-Sozialwissenschaftler und Geschäftsführender Gesellschafter von rotthaus.com,
- Joann Rodgers, Director of Media Relations and Public Affairs vom Johns Hopkins Hospital in Baltimore/USA
- Zehn weitere Praktiker aus dem Bereich Klinikmarketing
- Wissenschaftler in- und ausländischer Hochschulen

Die wichtigsten Vorteile

- Berufsbegleitend an zentralen Orten
- Anrechnung auf weiterführenden, internationalen MBA-Studiengang
- Durchführung durch ausgewiesene Wissenschaftler und Praktiker

„Was nützt eine herausragende medizinische Leistungsfähigkeit, wenn sie Hilfe suchenden Menschen nicht bekannt ist?“

Prof. Dr. Dr. Wilfried von Eiff

Das Studien-Konzept



Erster Studienabschnitt	Zweiter Studienabschnitt	Abschluss
<p>5 Tage</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Gesundheitsmarkt und Besonderheiten medizinischer Leistungsprozesse ■ Marketing im Gesundheitmarkt ■ Marketing und strategisches Management ■ Marktforschung: Zielgruppen und relevanter Markt 	<p>5 Tage</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Personalmarketing ■ Kritische Würdigung ausgewählter Marketing-Kampagnen ■ Best Practice ■ Meet the Experts ■ Krisen-Marketing ■ Marketingcontrolling 	<p>1 Tag</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation und Reflektion der Projektarbeiten
<p>Lernziele: Die Teilnehmer <u>kennen</u> die Besonderheiten des Gesundheitsmarkts; sie <u>können</u> Strategien zur Positionierung und Profilierung entwickeln und sie <u>beherrschen</u> die Anwendung des Marketing-Mix.</p>		

Dritter Studienabschnitt	Vierter Studienabschnitt	Abschluss
<p>5 Tage</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Marken-Management ■ Marketing-Organisation ■ Ausgewählte Marketing-Konzepte: Winner's Choice, CRM, Guerilla Marketing ■ Webmarketing ■ Kampagnen- und Eventmanagement ■ Präventions-, Kostenträger- und Netzwerk-Marketing 	<p>4 Tage</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Zuweiser-Marketing ■ Pressearbeit, Umgang mit PR-Agenturen, Media Relations ■ Kompetenz-Marketing ■ Compliance-Marketing ■ Healing Environment ■ Apotheken-Marketing 	<p>1 Tag</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation der Fallstudie: Entwicklung eines Marketing-Konzepts
<p>Lernziele: Die Teilnehmer <u>kennen</u> die Besonderheiten des Compliance- und Präventionsmarketing; sie <u>können</u> Marketingkonzepte für die Schlüsselzielgruppen entwickeln und sie <u>beherrschen</u> den zielorientierten Umgang mit externen Kommunikationspartnern, insbesondere in Krisensituationen.</p>		

Das Wichtigste in Kürze

Centrum für Krankenhaus-Management (CKM)

Das Centrum für Krankenhaus-Management (CKM) wurde 1994 als gemeinnütziges An-Institut der Universität Münster gegründet und ist der wirtschaftswissenschaftlichen und der medizinischen Fakultät zugeordnet. Ziel der Arbeit des CKM ist es, Wege aufzuzeigen, wie praxisbewährte Management-Methoden aus Industrie, Handel und Dienstleistungsbranche in Krankenhäusern und anderen Institutionen des Gesundheitswesens sinnvoll genutzt werden können.



Die Forschungs- und Beratungsschwerpunkte:

- Strategisches Management und Marketing
- Mergers and Acquisitions
- Risikomanagement
- Kosten-Nutzen-Analysen und Health Technology Assessments
- Rehabilitation und Prävention
- Professionelles Personalmanagement
- Weiterbildungsprogramme

unter Beteiligung von



Antwort

Bitte informieren Sie mich über:

- Fortbildung**
„Certified Health Care Marketing Manager“

Vor- und Nachname _____

Krankenhaus _____

Funktion _____

Straße _____

PLZ und Ort _____

Telefon _____

Telefax _____

E-Mail _____

Bitte per Telefax zurücksenden an
(02 21) 43 09 19-10

rotthaus medical gmbh
Franzstraße 75
D-50935 Köln