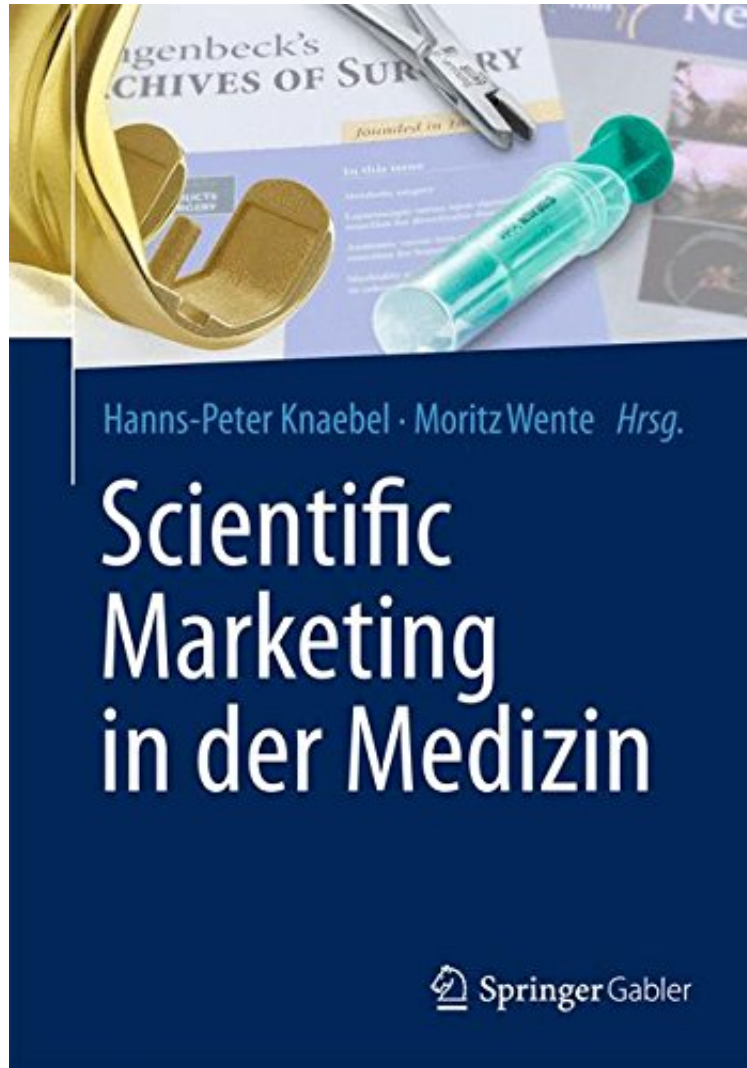


[Ebook pdf] Scientific Marketing in der Medizin (German Edition)

Scientific Marketing in der Medizin (German Edition)

From Springer Gabler
*ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF*



[Download](#)

[Read Online](#)

2015-07-12Original language:GermanPDF # 1 9.45 x .63 x 6.611, .0 #File Name: 364236537X197 pages |
File size: 74.Mb

From Springer Gabler : Scientific Marketing in der Medizin (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Scientific Marketing in der Medizin (German Edition):

Scientific Marketing ist die Transformation und Implementation von Ergebnissen aus der wissenschaftlichen Forschung in die Marketingstrategie eines Unternehmens. Dieser neue Marketingaspekt wird am Beispiel der Medizintechnikindustrie dargestellt, aber auch aus Perspektive der pharmazeutischen Industrie beleuchtet und mit dem Innovationsmanagement der Automobilindustrie verglichen. Scientific Marketing nimmt umfassend Einfluss auf

zentrale Unternehmensbereiche, wie die strategische Planung des Produktportfolios und die Kommunikationsstrategie, während gleichzeitig rechtliche und finanzielle Aspekte zu beachten sind, die den Handlungsrahmen vorgeben. Das Marketingkonzept, das vor allem in der Medizintechnik zunehmend an Bedeutung gewinnt, schließt eine Brücke zwischen Wissenschaft und Marketing und soll in diesem Buch, in dem Autoren mit ganz unterschiedlichen Hintergründen zu Wort kommen, erstmalig umfassend und praxisnah dargestellt werden.

From the Back Cover Scientific Marketing ist die Transformation und Implementierung von Ergebnissen aus der wissenschaftlichen Forschung in die Marketingstrategie eines Unternehmens. Dieser neue Marketingaspekt wird am Beispiel der Medizintechnikindustrie dargestellt, aber auch aus Perspektive der pharmazeutischen Industrie beleuchtet und mit dem Innovationsmanagement der Automobilindustrie verglichen. Scientific Marketing nimmt umfassend Einfluss auf zentrale Unternehmensbereiche, wie die strategische Planung des Produktportfolios und die Kommunikationsstrategie, während gleichzeitig rechtliche und finanzielle Aspekte zu beachten sind, die den Handlungsrahmen vorgeben. Das Marketingkonzept, das vor allem in der Medizintechnik zunehmend an Bedeutung gewinnt, schließt eine Brücke zwischen Wissenschaft und Marketing und soll in diesem Buch, in dem Autoren mit ganz unterschiedlichen Hintergründen zu Wort kommen, erstmalig umfassend und praxisnah dargestellt werden. Der Inhalt Marketing in der Medizinprodukte- und der Pharmaindustrie: Einblicke in die Praxis; Rechtliche und finanzielle Aspekte des Scientific Marketings; klinische und klinische Wissenschaft Neuproduktentwicklung und Lean Management in der Automobilindustrie: was lässt sich auf den Gesundheitsmarkt übertragen? Integration von Scientific Marketing in die Marketing-Strategie Marketing im Gesundheitssektor; Entwicklung und Ausblick; Die Zielgruppen Klinisch tätige Ärzte wie auch Fach- und Führungskräfte aus der Industrie (Marketing Vertrieb, Forschung Entwicklung, Wissenschaftsabteilungen), sowohl von Medizinprodukten als auch von angrenzenden Bereichen. Die Herausgeber Professor Dr. med. Hanns-Peter Knaebel ist Vorsitzender des Vorstands der Aesculap AG und Vorstandsmitglied der B. Braun Melsungen AG, Professor Dr. med. Moritz Wente ist Chief Medical Officer der Aesculap AG. Beide sind Chirurgen und haben sich im Rahmen ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit intensiv mit der klinisch-chirurgischen Forschung auseinandergesetzt. Neben ihrer mehrjährigen Tätigkeit in der Medizintechnikindustrie sind die Herausgeber auch in der Lehre aktiv und wurden von der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg zu auszugewählten Professoren ernannt. About the Author Professor Dr. med. Hanns-Peter Knaebel ist Vorsitzender des Vorstands der Aesculap AG und Vorstandsmitglied der B. Braun Melsungen AG, Professor Dr. med. Moritz Wente ist Chief Medical Officer der Aesculap AG. Beide sind Chirurgen und haben sich im Rahmen ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit intensiv mit der klinisch-chirurgischen Forschung auseinandergesetzt. Neben ihrer mehrjährigen Tätigkeit in der Medizintechnikindustrie sind die Herausgeber auch in der Lehre aktiv und wurden von der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg zu auszugewählten Professoren ernannt.