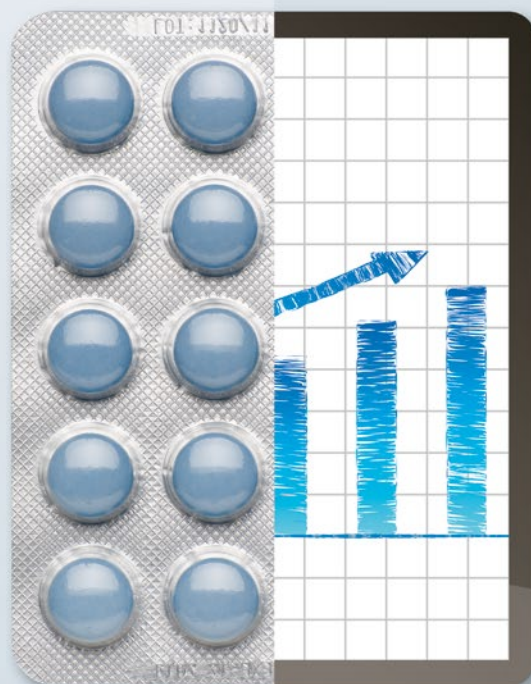


Health Care & Marketing

Master of Advanced Studies (MAS)

Ausgabe 2024



Building Competence. Crossing Borders.



”

«Patient:innen, Verbraucher:innen und Kund:innen sind wichtige Marktteilnehmende – die neuen Rollen des Marketings im Gesundheitswesen.»

Yamilée Schwitter, Studienleiterin MAS Health Care & Marketing

Editorial

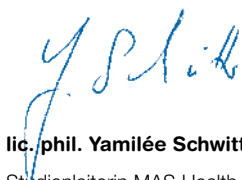
Der Gesundheitsmarkt gewinnt laufend an Bedeutung. Berufsleute in vielen Bereichen des Gesundheitswesens sind gefordert, sich unabhängig von ihren Kernkompetenzen zunehmend mit «Patient Experience» und Vermarktung auseinanderzusetzen.

Das Marketing wandelt sich in rasantem Tempo – ebenso unser Gesundheitswesen. Neue Technologien, aber auch veränderte Kundenwünsche und neue Berufsprofile bringen ein neues Rollenverständnis sowie neue Herausforderungen, Aufgaben und Anforderungen mit sich.

Für Unternehmen im Gesundheitswesen sind die kundenorientierte Aussenperspektive und die Berücksichtigung der Kundenwünsche unabdingbar geworden, um den Leistungsmarkt gezielt bedienen zu können. Zulieferer ebenso wie Patient:innen sind als Beteiligte anzuerkennen und müssen vom firmenspezifischen Leistungsangebot überzeugt werden. Neue Technologien unterstützen diesen Trend und verstärken die Nachfrage nach einer modernen, digitalen Kommunikation. «Patientenzufriedenheit» und «Patient Experience» werden immer wichtiger – analog dem kundenzentrierten Marketing.

Gesundheit ist unser höchstes Gut. Die vielseitige Definition des Begriffs, wie etwa Abwesenheit von Krankheit, persönliche Fitness oder Arbeits- und Leistungsfähigkeit, macht die Bereitschaft, in die Gesundheit zu investieren, so hoch wie nie und deren Erhaltung wird zum lebenslangen Prinzip.

Health Care & Marketing zu studieren heisst, das Spannungsfeld zwischen Gesundheit und Marketing zu analysieren. Die Studierenden diskutieren topaktuelle Inhalte und pflegen einen praxisorientierten Austausch mit interessanten Persönlichkeiten.



lic. phil. Yamilée Schwitter

Studienleiterin MAS Health Care & Marketing



Als erste Business School einer Schweizer Fachhochschule ist die ZHAW School of Management and Law (SML) seit 2015 von der Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) akkreditiert. Weltweit tragen nur etwa 6 Prozent aller Wirtschaftshochschulen das Gütesiegel der wichtigsten Akkreditierungsinstitution für Business Schools.



Die SML ist in renommierten Rankings der Wirtschaftszeitung «Financial Times» vertreten. Sie zählt zu den herausragenden europäischen Business Schools. Ausgewählte Weiterbildungsangebote der SML wurden in das «Executive Education Open»-Ranking aufgenommen.



Inhalt

- 5 GUTE GRÜNDE FÜR EINE WEITERBILDUNG IM BEREICH HEALTH CARE & MARKETING**
- 7 MAS MASTER OF ADVANCED STUDIES**
- 8 Studium
- 9 Aufbau
- 10 CAS CERTIFICATES OF ADVANCED STUDIES**
- 11 CAS Einführung BWL & Finanzielle Führung im Gesundheitswesen
- 12 CAS Gesundheitsökonomie
- 13 CAS Evidenzbasierte Versorgung im Gesundheitswesen
- 14 CAS Gesundheitsökonomische Evaluationen und HTA
- 15 CAS Health Care Marketing
- 16 Auswahl von CAS mit Fokus Marketing
- 17 INTEGRATIONSMODULE**
- 18 Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen
- 19 Integrationsmodul Medizin für Nichtmediziner
- 20 WISSENSCHAFTLICHE LEITUNGEN**
- 22 ZWEI INSTITUTE – DOPPELTE EXPERTISE**
- 23 ORGANISATORISCHES**
- 24 WAS SIE AUCH INTERESSIEREN KÖNNTE**
- 25 PRAXISBEZUG**
- 26 KONTAKT**
- 27 ZUKUNFTSORIENTIERT**

Gute Gründe für eine Weiterbildung im Bereich Health Care & Marketing



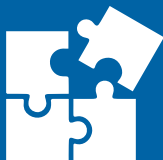
IM TREND DER ZEIT

Das Marketing hat in den letzten Jahren einen Paradigmenwechsel erfahren – weg von internen Marketingstrategien hin zur kundenorientierten Aussenperspektive mit zunehmender Bedeutung der «Patientenzufriedenheit». Steigende Kosten, neue Technologien, veränderte Rollenverteilungen sowie hohe Qualitätsansprüche verstärken den Druck, die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen umfassend voranzutreiben.



PRAXISNAH

Die Dozierenden der ZHAW School of Management and Law (SML) sind nicht nur akademisch qualifiziert, sie verfügen auch über viel Berufserfahrung und ein breites Beziehungsnetz. Der Unterricht orientiert sich an der Praxis – ferner erweitern Sie während des Studiums Ihren Horizont aufgrund der vielfältigen beruflichen Perspektiven der anderen Kursteilnehmenden, die in den Unterricht miteinfließen.



MODULARER AUFBAU

Die unterschiedlichen Schwerpunkte in den Zertifikatslehrgängen (CAS) bieten Ihnen die Möglichkeit, ein massgeschneidertes und je nach persönlichem Schwerpunkt individuelles kompetenzübergreifendes Studienprogramm zusammenzustellen.



OPTIMAL VERNETZT

Sie treffen auf professionelle Partner:innen aus dem Bereich Leistungserbringer, von staatlichen Behörden, Organisationen, Verbänden, Versicherern sowie Pharma- und Medizinaltechnikfirmen. Unser Campus ist optimal gelegen und ans öffentliche Verkehrsnetz angeschlossen.



AACSB-AKKREDITIERT

Die SML zählt zu den führenden Business Schools und wurde 2015 als erste Schweizer Fachhochschule von AACSB akkreditiert. Zudem sind einige CAS FMH-akkreditiert und berechtigen zum Bezug von FMH-Credits.



”

«Der Studiengang MAS Health Care & Marketing war essenziell verantwortlich für meine berufliche Weiterentwicklung. Das erworbene theoretische Wissen und die praktischen Konzepte konnte ich direkt in meinem neuen Aufgabenbereich erfolgreich umsetzen.»

Zora Caluori, Leitung Radiologie, Südost AG

MAS Master of Advanced Studies

Eckdaten

Titel	MAS Health Care & Marketing (MAS HCMA)
Grundlagen	Betriebswirtschaftliche Kenntnisse oder medizinische Kenntnisse
CAS nach Schwerpunkten	Individuelle Wahl
Zielgruppe	Fach- und Führungskräfte im Gesundheitswesen mit verkaufsorientierten Aufgaben sowie Markt-, Produkt- oder Kundenverantwortung: <ul style="list-style-type: none">– Ökonomische Berufe– Pflegerische und therapeutische Berufe– Pharmaindustrie– Medizinaltechnik– Unternehmensberatung
Aufnahmebedingungen	Abschluss Hochschulstudium, höhere Fachschule, höhere Berufsprüfung sowie Berufserfahrung
Studienbeginn	Idealerweise per Anfang oder Mitte Jahr
Arbeitsaufwand	60 ECTS-Credits (1500 Stunden)
Kosten	CHF 33 200.–

Kompetenzprofil

Der MAS Health Care & Marketing ist eine wissenschaftlich fundierte, interdisziplinäre und zugleich praxisorientierte, auf das Gesundheitswesen ausgerichtete Fach- und Managementausbildung. Der Abschluss ermöglicht die Horizonterweiterung für im Gesundheitswesen tätige Fach- und Führungskräfte mit Marktbearbeitungsaufgaben. Die Studieninhalte entsprechen den Bedürfnissen in der Praxis und sind nach dem aktuellen Stand von Forschung und Entwicklung konzipiert. Die Masterabsolvent:innen werden befähigt, u. a. Marktgebiets-, Entwicklungs- sowie Kommunikationsverantwortung in Gesundheitseinrichtungen des zweiten, überobligatorischen Gesundheitsmarkts wahrzunehmen.

Alle Informationen zum MAS Health Care & Marketing finden Sie unter:

>>> www.zhaw.ch/wig/weiterbildung



Studium

Ihre Perspektiven verbessern sich nachhaltig

Sie eröffnen sich neue Möglichkeiten im stark umworbene(n) Gesundheitsmarkt.

AUSGANGSLAGE

Fach- und Führungskräfte mit Kunden-, Produkt- und Marktgebietsverantwortung im Gesundheitswesen müssen neben einem soliden Wissen über die vier Ps (Product, Price, Place, Promotion) auch die marketingrelevanten Besonderheiten im Gesundheitsmarkt kennen, um nachhaltiges, patientenorientiertes Marketing betreiben zu können. Das strukturelle und sozialpolitische Umfeld zu kennen, die wichtigsten Marktakteure, ihre Rollen und Interessen sowie die Eigenheiten des Gesundheitsmarkts zu verstehen und auf das eigene Arbeitsfeld zu übertragen, ist für den Erfolg eines Unternehmens entscheidend. Als Absolvent:in unseres Studiengangs in Health Care & Marketing verbessern Sie Ihre Kompetenzen im erweiterten Gesundheitsmarkt und tragen mit Ihrem aktuellen Wissen zum Erfolg des Unternehmens bei.

Das Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie und das Institut für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law sind Kompetenzzentren in ihren Bereichen. Der MAS Health Care & Marketing fokussiert betriebswirtschaftliche, versorgungswissenschaftliche sowie verkaufsorientierte Aufgaben, wie Markt- und/oder Kundenverantwortung, bei denen aber auf die Besonderheiten im stark regulierten Gesundheitsmarkt Rücksicht genommen werden muss.

MODULARER MAS

Der modulare, interdisziplinäre Masterstudiengang besteht aus zwei Zertifikatslehrgängen (CAS) zum gesundheitsökonomischen Kontext, zwei CAS mit Fokus Marketing und der Masterarbeit. In diesem MAS erwerben Sie topaktuelles Wissen, um sich im komplexen Gesundheitsmarkt mit anspruchsvollen Kund:innen und der zunehmenden Bedeutung von «Patient Experience» weiterzuentwickeln, Mitarbeitenden neue Impulse zu geben sowie berufsgruppen- und institutionenübergreifendes Denken und Handeln praktisch zu fördern.

ZIELGRUPPEN

Der Studiengang richtet sich an Fach- und Führungskräfte mit Verantwortung für Marktentwicklung oder kundenorientierte Marktbearbeitung in Unternehmen des Gesundheitswesens wie:

- Gruppenpraxen, Apotheken, Fachzentren und Beratungsstellen für Ernährung und Gesundheit, Fitnesscenter
- Patienten- und ähnliche Organisationen
- Stationäre Einrichtungen (Spitäler, Heime)
- Pharmafirmen
- Medizinaltechnikfirmen

MASTERARBEIT

Zum Abschluss des Studiengangs erstellen Sie eine Masterarbeit und erbringen den Nachweis, dass Sie mithilfe einer wissenschaftlich fundierten Arbeit ein praktisches Problem umfassend analysieren und lösen können. Der Aufwand für die Masterarbeit entspricht ca. 300 Stunden (12 ECTS-Credits). Für Studierende ohne Hochschulabschluss ist vor Beginn der Diplomarbeit (und vor einigen CAS) der erfolgreiche Abschluss des Weiterbildungskurses «Wissenschaftliches Arbeiten» Pflicht.

Aufbau

Ein massgeschneidertes Studienprogramm

Der Masterstudiengang kann inhaltlich und zeitlich nach Ihren individuellen Bedürfnissen gestaltet und geplant werden.

STUDIENPLANUNG MAS

Sie wählen für den MAS aus dem Studienprogramm zwei CAS mit Fokus Health Care und zwei CAS mit Fokus Marketing im Umfang von insgesamt 48 ECTS-Credits aus. Je nach Vorbildung sind ein oder zwei Integrationsmodule zu absolvieren, um das nötige Basiswissen zu sichern. Die unterschiedlichen Ausrichtungen der Zertifikatslehrgänge (CAS) bieten Ihnen die Möglichkeit, ein massgeschneidertes und je nach persönlichem Schwerpunkt und individuellem Bedarf kompetenzübergreifendes Studienprogramm zusammenzustellen. Gerne beraten wir Sie bei der Planung Ihres Studiums.

METHODIK

Das Studium folgt dem Prinzip Blended Learning. Die Vorbereitung findet mit Einführungsvideos und digitalen Aufträgen zur Vorwissensabfrage oder zur Lektüre von Fachliteratur statt. Das Kontaktstudium, selbstständiges Lernen und E-Learning werden zielgerichtet miteinander verknüpft. Dozierende vermitteln theoretische Konzepte in Form von Referaten und praktischen Anwendungen in Fallbeispielen. In Gruppendiskussionen und in Einzelarbeiten werden vertiefende Cases bearbeitet. Die direkten Kontakte im Netzwerk der berufserfahrenen Mitstudierenden vervollständigen das Potenzial zur Vernetzung von Wissen und Erfahrung. Alle erforderlichen Unterlagen sowie digitale Zugänge zum persönlichen Hochschulaccount, zu digitalen Meetingräumen und zur Lernplattform Moodle werden für die Studiendauer zur Verfügung gestellt.

DER MODULARE WEITERBILDUNGS-MAS

Master of Advanced Studies (MAS) 60 ECTS-Credits	MAS Health Care & Marketing 48 ECTS-Credits + Masterarbeit (12 ECTS-Credits)		
Certificates of Advanced Studies (CAS) je 12 ECTS-Credits	Fokus Health Care Zwei CAS nach Wahl	Fokus Marketing Ein Pflicht- und ein Wahl-CAS	
	CAS Einführung BWL & Finanzielle Führung im Gesundheitswesen	PFLICHT: CAS Health Care Marketing	CAS Pricing & Sales
	CAS Gesundheitsökonomie	CAS Swiss Biodesign for MedTech Innovators	CAS Behavioral Insights for Marketing
	CAS Evidenzbasierte Versorgung im Gesundheitswesen	CAS Marketing & Corporate Communications	CAS Advanced Digital Marketing
Integrationsmodule je 6 ECTS-Credits	IM Medizin für Nichtmediziner		IM BWL im Gesundheitswesen
	WBK Wissenschaftliches Arbeiten Anwendung		WBK Wissenschaftliches Arbeiten Konzeption

CAS Certificates of Advanced Studies

Eckdaten

Titel	CAS Certificate of Advanced Studies	
Schwerpunkte	Health Care <ul style="list-style-type: none">– CAS Einführung BWL & Finanzielle Führung im Gesundheitswesen– CAS Gesundheitsökonomie– CAS Evidenzbasierte Versorgung im Gesundheitswesen– CAS Gesundheitsökonomische Evaluationen und HTA	Marketing <ul style="list-style-type: none">– CAS Health Care Marketing– CAS Pricing & Sales– CAS Swiss Biodesign for MedTech Innovators– CAS Behavioral Insights for Marketing– CAS Marketing & Corporate Communications– CAS Advanced Digital Marketing
Aufnahmebedingungen	Abschluss Hochschulstudium, höhere Fachschule, höhere Berufsprüfung sowie Berufserfahrung	
Durchführung	Jährlich	
Arbeitsaufwand	12 ECTS-Credits (300 Stunden)	
Kosten	CHF 7800.- (CAS mit Health-Care-Fokus) und CHF 8200.- (CAS mit Marketing-Fokus)	
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none">– Vorbereitung auf den Präsenzunterricht mit Selbststudium– Präsenz mindestens 80 Prozent pro Modul– Je Modul (=2x pro CAS) entweder Prüfung («open book») oder Gruppenarbeit inkl. Präsentation/schriftliche Einzelarbeit (Nachweis der Fähigkeit zu wissenschaftsbasiertem Arbeiten/Besuch des WBK Wissenschaftliches Arbeiten)	

Kompetenzprofil

Die CAS innerhalb des MAS Health Care & Marketing können mit Ausnahme des Pflicht-CAS frei gewählt werden, abhängig davon, wo die Studierenden ihre Schwerpunkte setzen wollen. Studierende aus allen Bereichen des Gesundheitswesens tauschen sich während Gruppenarbeiten und bei aktuellen Fallstudien aus. Die Diskussion und das begleitende Coaching ermöglichen einen fundierten Einblick in die gesundheitsökonomischen und marktspezifischen Zusammenhänge und erweitern die Handlungskompetenz von Verantwortlichen für Markt- und Kundenorientierung im Berufsalltag.

Alle Informationen zu den einzelnen CAS finden Sie auch unter:

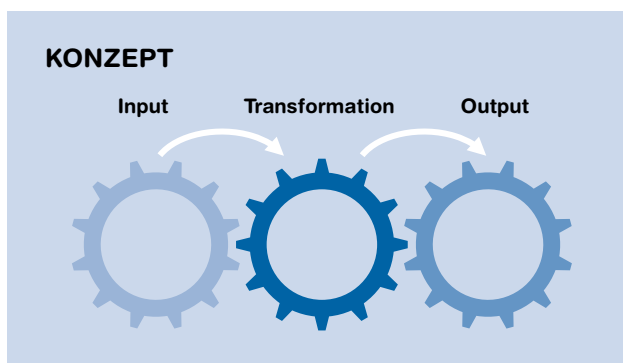
>>> www.zhaw.ch/wig/weiterbildung



CAS Einführung BWL & Finanzielle Führung im Gesundheitswesen

Betriebswirtschaftliche Grundlagen im Gesundheitsumfeld

Wichtige ökonomische Grundlagen für die Tätigkeit im Austausch mit Exponent:innen des Schweizer Gesundheitswesens erwerben und verstehen.



Nichtökonom:innen benötigen vermehrt ein ökonomisches Grundverständnis. Um ökonomisch und effizient zu handeln, ist es zentral, die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Begriffe und Grundkonzepte zu kennen und anwenden zu können. Sie erwerben Grundlagenwissen über betriebliche Zusammenspiele im Unternehmen sowie das Projektmanagement und das Marketing. Sie erlernen die wichtigsten finanziellen Steuerungsgrößen, Deckungsbeiträge und betriebliche Investitionsrechnungen.

ZIELGRUPPE

Der Zertifikatslehrgang richtet sich an Personen mit (künftigen) Führungsaufgaben aus sämtlichen Berufsgruppen im Gesundheitswesen ohne betriebswirtschaftliche Kenntnisse, die diese aber für die Ausführung ihrer Tätigkeiten benötigen. Der CAS setzt sich aus dem Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen und dem zweiten Modul des CAS Unternehmensführung im Gesundheitswesen zusammen.

ABSCHLUSS

«Certificate of Advanced Studies in Einführung BWL & Finanzielle Führung im Gesundheitswesen» (12 ECTS-Credits). Der CAS-Abschluss kann Bestandteil des MAS sein.



Anerkannte Fortbildungsveranstaltung
(12 FMH-Credits)

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

Florian Liberatore, PD Dr. rer. pol., Stv. Leiter und Projektleiter Management im Gesundheitswesen, Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie

Nutzen

Sie erwerben wichtiges ökonomisches Grundwissen und betrachten Patient:innen sowie die medizinische Leistungserbringung aus einer wirtschaftlichen Perspektive und verstehen Grundkonzepte zur finanziellen Führung. Sie erwerben betriebswirtschaftliches Grundwissen und erlernen und üben das Projektmanagement. Sie betrachten medizinische Leistungen unter Anwendung von marktorientierten Methoden und Konzepten aus einer ökonomischen Perspektive und erwerben ein Grundlagenwissen in der finanziellen Führung eines Unternehmens. Im Austausch mit den übrigen Teilnehmenden reflektieren und diskutieren Sie die Erkenntnisse.

CAS Gesundheitsökonomie

Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge erkennen

Stellen Sie sich den ökonomischen Herausforderungen des Schweizer Gesundheitswesens.



Die Gesundheit ist unser höchstes Gut. Aber die Belastung durch die Finanzierung der Gesundheitsleistungen ist sowohl für private als auch für öffentliche Haushalte enorm. Aufgrund unterschiedlicher Interessen von Entscheidungsträger:innen bestehen diverse Zielkonflikte und die Beziehungen im gesundheitsökonomischen Dreieck der Leistungserbringer im ambulanten und stationären Bereich, der Versicherer und der Versicherten sind komplex. Das Verständnis der Grundkonzepte der Volkswirtschaftslehre über die Wechselbeziehung von Angebot und Nachfrage von Gesundheitsgütern und weiteren gesamtwirtschaftlichen Grössen ist essenziell, um die Entwicklung der Gesundheitskosten einzuschätzen.

ZIELGRUPPE

Der Zertifikatslehrgang richtet sich an Personen, die an gesundheitsökonomischen Prozessen beteiligt sind oder sich für ökonomische Vorgänge im Gesundheitswesen interessieren und diese besser verstehen möchten.

ABSCHLUSS

«Certificate of Advanced Studies in Gesundheitsökonomie» (12 ECTS-Credits). Der CAS-Abschluss kann Bestandteil des MAS sein.



Anerkannte Fortbildungsveranstaltung
(12 FMH-Credits)

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

Simon Wieser, Prof. Dr. oec. publ., Leiter Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie

Nutzen

Mit dem erarbeiteten gesundheitsökonomischen Grundwissen können Sie die Besonderheiten des Gesundheitsmarkts identifizieren. Aktuelle Herausforderungen unterschiedlicher Leistungsfinanzierung im stationären und ambulanten Bereich und der Bedarfsplanung im Spitalbereich sowie mögliche Lösungsansätze zur Effizienzsteigerung im Spitalmarkt oder in der Versicherungsökonomie analysieren Sie gezielt. Sie können ökonomische Instrumente, Methoden und Prinzipien auf das Gesundheitswesen übertragen. Interaktionen in Gesundheitsmärkten erfassen und beurteilen Sie rasch und Sie kennen Möglichkeiten zur Steuerung und Regulierung.

CAS Evidenzbasierte Versorgung im Gesundheitswesen

Den Nutzen für Patient:innen evidenzbasiert beurteilen

Ein vertieftes Verständnis für Studien und Wirksamkeitsmessung entwickeln.



Nur was wirksam ist und einen Nutzen für die Patient:innen aufweist, ist sinnvoll und auch wirtschaftlich. Die drei Kriterien Wirksamkeit, Zweckmässigkeit und Wirtschaftlichkeit (WZW) sind stark miteinander verbunden. In diesem Weiterbildungslehrgang werden Sie mit gesundheitswissenschaftlichen Konzepten und verschiedenen Studiendesigns vertraut gemacht, um Therapien oder Interventionen und ihre Wirksamkeit korrekt einschätzen zu können. Dank erlernter Tools der Methodenkompetenz in quantitativer und qualitativer Forschung sowie eines Basiswissens in Biostatistik können Sie Studienergebnisse angemessen beurteilen. Wer Zahlen, Grafiken und Ergebnisse richtig zu interpretieren und im geeigneten Kontext anzuwenden weiss, kann kompetent argumentieren und evidenzbasierte Entscheidungen treffen – im Sinne der «Evidence-based Health Care» wird damit der Nutzen für die Patient:innen ins Zentrum gestellt.

ZIELGRUPPE

Der Zertifikatslehrgang richtet sich an Personen im Gesundheitswesen, die wissenschaftlich fundierte und fachlich gestützte Entscheidungen treffen müssen und ihre methodischen Kompetenzen auffrischen oder vertiefen wollen. Die Inhalte des Moduls 1 sind Grundlage für das Verständnis der Themen im CAS Gesundheitsökonomische Evaluationen und HTA.

ABSCHLUSS

«Certificate of Advanced Studies in Evidenzbasierter Versorgung im Gesundheitswesen» (12 ECTS-Credits). Der CAS-Abschluss kann Bestandteil des MAS sein.



Anerkannte Fortbildungsveranstaltung
(12 FMH-Credits)

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

Marc Höglinger, Prof. Dr. sc. ETH, Leiter Bereich Versorgungsforschung, Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie

Nutzen

Sie lernen die zentralen Elemente von Evaluations- und Forschungsstrategien kennen, was Sie befähigt, methodische Qualität und Aussagekraft von Studien einschätzen zu können («Critical Appraisal»). Sie verstehen Wirksamkeit als Basis der WZW-Kriterien, um Informationen mit Kostendaten zu verknüpfen. Dank relevanter Forschungsansätze erfahren Sie, wie der Nutzen von Therapien und Interventionen für die Patient:innen unter Alltagsbedingungen evaluiert werden kann. Weiter diskutieren Sie ethische, praktische und soziale Implikationen der Gesundheitsforschung. Mit verbesserter Datenkompetenz können Sie Studien qualifiziert interpretieren und zahlenbasiert argumentieren – ein Muss im Zeitalter von Data Science und Big Data.

CAS Gesundheitsökonomische Evaluationen und HTA

Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit systematisch untersuchen

WZW-Bewertungen umfassend beurteilen und sinnvolle Entscheidungen treffen.



Der medizinische Fortschritt entwickelt sich rasant. Neue Medikamente, diagnostische Verfahren, Geräte, Implantate und Apps versprechen immer bessere Gesundheit. Gemäss Krankenversicherungsgesetz (KVG) darf die obligatorische Grundversicherung aber nur Leistungen übernehmen, die wirksam, zweckmässig und wirtschaftlich sind – also die sogenannten WZW-Kriterien erfüllen. Angesichts steigender Gesundheitskosten wird es auch immer wichtiger, dass den Kosten einer Leistung ein angemessener Nutzen gegenübersteht. Deshalb werden heute auch bewährte Leistungen systematisch auf ihre Kostenwirksamkeit überprüft und neu bewertet. Die Gesundheitswissenschaften und die Gesundheitsökonomie haben dafür vielseitige Methoden entwickelt. Gesundheitsökonomische Evaluationen und sogenannte Health Technology Assessments (HTA) schaffen die Grundlagen für Vergütungs- und Investitionsentscheidungen. Neben medizinischen und ökonomischen Aspekten spielen dabei auch ethische, rechtliche und organisatorische Überlegungen eine wichtige Rolle.

ZIELGRUPPE

Der Zertifikatslehrgang richtet sich an Personen, die gesundheitsökonomische Evaluationen durchführen bzw. nutzen oder Vergütungsentscheide im Gesundheitswesen besser verstehen möchten. Der Besuch des ersten Moduls des CAS Evidenzbasierte Versorgung im Gesundheitswesen (Weiterbil-

dungskurs Evidence-based Health Care: Methodische Grundlagen) oder das entsprechende Vorwissen wird vorausgesetzt.

ABSCHLUSS

«Certificate of Advanced Studies in Gesundheitsökonomischen Evaluationen und HTA» (12 ECTS-Credits). Der CAS-Abschluss kann Bestandteil des MAS sein.



Anerkannte Fortbildungsveranstaltung
(12 FMH-Credits)

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

Simon Wieser, Prof. Dr. oec. publ., Leiter Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie

Nutzen



Sie können die Kosten und den Nutzen von Gesundheitsleistungen differenziert beurteilen. Dank gesundheitsökonomischer Konzepte und Methoden (Perspektive, PICO, QALYs, Modeling, Cost-Effectiveness, Cost-Utility, Budget Impact etc.) entwickeln Sie ein vertieftes Verständnis von Wirksamkeit, Zweckmässigkeit und Wirtschaftlichkeit. Aktuelle Praxisbeispiele zeigen die Herausforderungen und Auswirkungen von WZW-Bewertungen und HTAs aus der Perspektive verschiedener Akteure wie Bundesamt für Gesundheit (BAG), Pharmaindustrie und Versicherer. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse von gesundheitsökonomischen Evaluationen zu beurteilen und zu vermitteln und auf ihrer Grundlage Entscheidungen zu treffen.

CAS Health Care Marketing

Versiert und gut vernetzt im Gesundheitsmarketing

Gezielt für den Gesundheitsmarkt Marketing- und Kommunikationskompetenzen verknüpfen.



Dieser CAS ist als «Boot Camp» für Health Care Marketers konzipiert. Sie lernen praxisorientierte Marketinggrundlagen und nützliche Instrumente kennen – adaptiert auf die Gesundheitsbranche. Die Kursinhalte beziehen sich auf reale Fallstudien aus Health-Care-Unternehmen, Kliniken und Arztpraxen. Unsere Dozierenden und Gastreferent:innen verfügen über langjährige Erfahrung im Health Care Marketing und verschaffen Ihnen den Zugang zu einem umfangreichen Netzwerk. Im Modul 1 liegt der Schwerpunkt auf dem strategischen Marketing, gefolgt vom Modul 2 zu digitaler Marketingkommunikation inkl. Website-, SEO- und Social-Media-Gestaltung im Kontext werberechtlicher Einschränkungen.

ZIELGRUPPE

Der Zertifikatslehrgang richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus dem Gesundheitswesen, die bereits Kunden- und Marketingverantwortung haben oder sich systematisch darauf vorbereiten:

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

ABSCHLUSS

«Certificate of Advanced Studies in Health Care Marketing» (12 ECTS-Credits). Der CAS-Abschluss als Bestandteil des MAS Health Care & Marketing wird schriftlich bestätigt.

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

Jens Haarmann, Dr. oec. publ., Studienleiter CAS Health Care Marketing, Institut für Marketing Management

WEITERE INFORMATIONEN

>>> www.zhaw.ch/imm/cashm

Nutzen

Identifikation und Einbezug von Stakeholdern und Key-Opinion-Leadern, Kenntnis zentraler Einflussfaktoren des Schweizer Health-Care-Markts und einfacher Strategie- und Marktanalyse-Tools sowie wirkungsvoller Einsatz operativer Marketinginstrumente und Customer-Relationship-Tools sind von grossem Nutzen für die Markt- und Kundenbearbeitung im Gesundheitswesen. Sie erlernen dabei Arbeitsschritte von der Strategiekonzeption bis zur Kundenakquisition anhand eines Marketingplans für ein reales Patientenakquisitions- oder Product-Launch-Projekt und sammeln Erfahrungen bei Study Trips zu Leistungserbringern.

Auswahl von CAS mit Fokus Marketing

Vertiefungs-CAS aus dem Bereich Marketing zur Wahl

Die Anforderungen an die Markt- und Kundenorientierung in verschiedenen Teilbereichen des Gesundheitswesens differieren sehr.

CAS PRICING & SALES

Der CAS befähigt Sie, den Preis von Produkten festzusetzen und mit geeigneten Sales-Strategien und -Konzepten im Markt durchzusetzen. Durch die Teilnahme am CAS sind Sie in der Lage, den Wert der eigenen Leistung aus Sicht der Kund:innen zu bestimmen und zu optimieren und effiziente Prozesse für den Vertrieb zu entwickeln und zu implementieren. Sie befassen sich mit Themen wie Value Pricing und Preisdurchsetzung, insbesondere im B2B-Bereich.

>>> www.zhaw.ch/imm/caspris

CAS ADVANCED DIGITAL MARKETING

Vertieftes Digital-Marketing-Spezialwissen wird weiter geschärft, um den aktuellen und zukünftigen technologischen Herausforderungen zu begegnen und um digitale Marketing-initiativen in KMUs zu analysieren, zu beurteilen, im Betrieb eigenverantwortlich umzusetzen sowie zu koordinieren. Ziel des CAS Advanced Digital Marketing ist es, ein umfassendes Verständnis für die Komplexität von Digital Marketing, dessen Tools und Techniken in einem KMU-Betrieb zu vermitteln. >>> www.zhaw.ch/imm/casadvdm

CAS SWISS BIODESIGN FOR MEDTECH INNOVATORS

Der CAS bietet einen systematischen Ansatz, um Marktchancen jenseits des bestehenden Produktportfolios zu identifizieren. Ziel ist, klinische Bedürfnisse direkt im Spital zu analysieren und zu priorisieren. Im Projektteam wird ein radikal neuartiges Produktkonzept im Bereich MedTech, HealthTech und In-vitro-Diagnostics marktvalidiert. Der berufs begleitende Managementkurs basiert auf dem international bewährten Biodesign-Trainings- und -Innovationskonzept der Stanford University unter Einbezug von Stanford Faculty.

>>> www.zhaw.ch/imm/casswissbiodesign

CAS MARKETING & CORPORATE COMMUNICATIONS

Der CAS befasst sich mit den zentralen Aspekten der Unternehmens- und Marketingkommunikation, wobei ein besonderer Fokus auf die Integration der beiden Disziplinen gelegt wird. Dabei stehen die digitalen Kommunikationsinstrumente, integrierte Kommunikationskonzepte sowie Social Media im Vordergrund. Der Lehrgang richtet sich an Verantwortliche aus den Bereichen Marketing und Unternehmenskommunikation sowie an Mitarbeitende von PR- und Werbeagenturen, Unternehmer:innen, Führungskräfte und Personen, die den Quereinstieg in die genannten Bereiche planen.

>>> www.zhaw.ch/imm/casmcc

CAS BEHAVIORAL INSIGHTS FOR MARKETING

Der CAS ist einer der ersten Lehrgänge in der Schweiz, der Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie (Behavioral Economics) und der Konsumentenpsychologie verbindet und für praktische Anwendungen im Marketing greifbar macht. Die Verknüpfung von Behavioral Economics und Psychologie bezeichnen wir als Behavioral Insights. Lernen Sie, wie Sie die Theorien und Erkenntnisse der Verhaltensökonomie und Psychologie in Ihrer Marketingpraxis konkret anwenden können. Sie erwerben dabei ein umfassendes Verständnis dafür, wie sich Konsum- und Kaufentscheidungen von Konsument:innen erklären und durch gezielte Marketingmassnahmen beeinflussen lassen. >>> www.zhaw.ch/imm/casbim

Integrationsmodule

Eckdaten

Schwerpunkte	Wirtschaft – Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen Medizin – Integrationsmodul Medizin für Nichtmediziner
Durchführung	Jährlich
Arbeitsaufwand	6 ECTS-Credits (150 Stunden)
Kosten	CHF 3900.-
Leistungsnachweis	– Vorbereitung auf den Präsenzunterricht mit Selbststudium – Präsenz mindestens 80 Prozent – Prüfung («open book»)

Kompetenzprofil

Die Integrationsmodule sind Einstiegsmodule und entsprechen dem Umfang eines halben CAS. Je nach individuellem Vorwissen besuchen die Teilnehmenden ein oder beide Integrationsmodule, um sich die notwendige Basis für ein Verständnis der Betriebswirtschaft beziehungsweise der Medizin zu schaffen. Personen im Gesundheitswesen mit betriebswirtschaftlicher Ausbildung oder entsprechendem Vorwissen wird das medizinische Integrationsmodul empfohlen und umgekehrt. Die Angebote können auch als selbstständige Weiterbildungen auf Hochschulniveau besucht werden. Sie befähigen dazu, gegenüber Kund:innen, Geschäftspartner:innen oder Arbeitskolleg:innen kompetent sowie vertrauenswürdig aufzutreten und fundiert zu argumentieren.

Alle Informationen zu den Integrationsmodulen finden Sie unter:

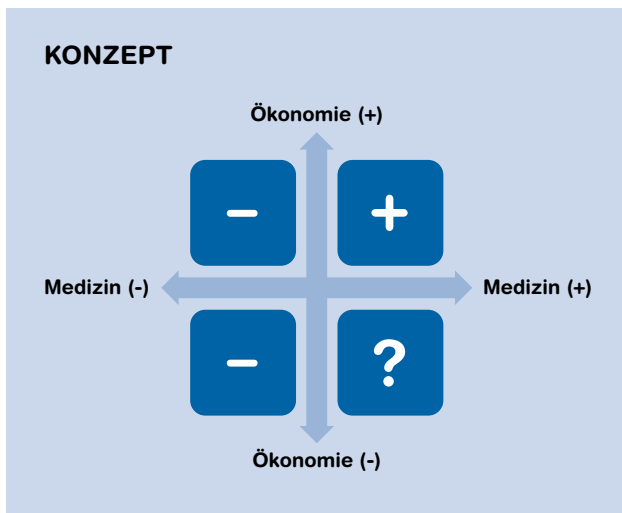
>>> www.zhaw.ch/wig/weiterbildung



Integrationsmodul BWL im Gesundheitswesen

Die ökonomische Denkweise entwickeln

Die medizinische Leistungserbringung bedarf vermehrt einer ökonomischen Vorgehensweise.



Betriebswirtschaftliches Denken und Verständnis für Geschäftsvorgänge wie das Erlös-, Kostenträger- und Leistungsmanagement haben längst in Gesundheitseinrichtungen Einzug gehalten. In diesem Modul werden medizinischen Berufsgruppen ein Grundlagenwissen in Betriebswirtschaft sowie Kenntnisse der Finanz- und Betriebsbuchhaltung und des Projektmanagements vermittelt. Die erworbene ökonomische Denkweise dient als Basis für weiterführende betriebswirtschaftliche Fragestellungen im Berufsalltag.

ZIELGRUPPE

Das Integrationsmodul richtet sich an Personen aus dem Gesundheitswesen ohne betriebswirtschaftliches Vorwissen, die sich aufgrund ihrer Verantwortung ein Basisverständnis der Ökonomie erarbeiten möchten.

ABSCHLUSS

Attest der Teilnahme (6 ECTS-Credits). Das Integrationsmodul als Bestandteil des MAS Health Care & Marketing wird schriftlich bestätigt.

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG

Florian Liberatore, PD Dr. rer. pol., Stv. Leiter und Projektleiter Management im Gesundheitswesen, Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie

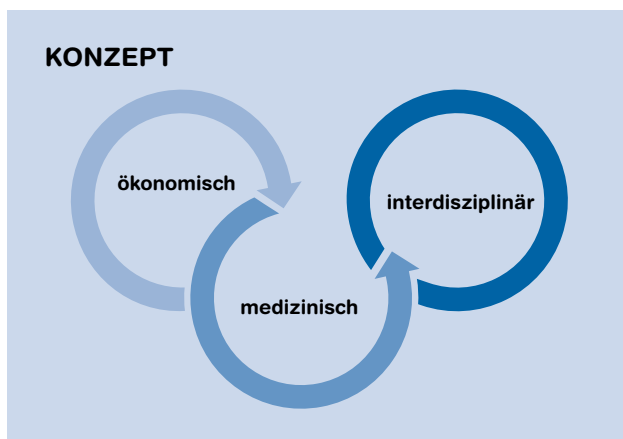
Nutzen

Sie erwerben betriebswirtschaftliches Grundwissen und betrachten die Patient:innen, aber auch die medizinischen Leistungen unter Anwendung von marktorientierten Methoden und Konzepten aus einer ökonomischen Perspektive.

Integrationsmodul Medizin für Nichtmediziner

Die medizinische Denkweise verstehen

Agieren Sie kompetent in der Zusammenarbeit mit medizinischem Fachpersonal.



CAS Evidenzbasierte Versorgung im Gesundheitswesen und den CAS Gesundheitsökonomische Evaluationen und HTA.

ABSCHLUSS

Attest der Teilnahme (6 ECTS-Credits). Das Integrationsmodul kann Bestandteil des MAS sein.

Für den Umgang mit Fragen im Gesundheitsbereich sind medizinisch-wissenschaftliche Grundlagen unerlässlich. Medizin fremden Berufsgruppen vermittelt dieses Modul Wissen zu Anatomie, Physiologie, Medikamentenlehre, Terminologie und Krankheitslehre (rheumatische Erkrankungen, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Unfälle/Verletzungen, Entzündungen/Infekte, Tumore/Krebs und Psychiatrie). Es werden Herausforderungen und Innovationen im medizinischen Alltag beleuchtet und den Teilnehmenden wird die diagnostische Denkweise nähergebracht. Dadurch wird das interdisziplinäre Denken gefördert, um in Gesprächen oder Verhandlungen mit Ansprechpartner:innen im Gesundheitswesen angemessen zu handeln, was zur Stärkung des gegenseitigen Vertrauens beiträgt.

ZIELGRUPPE

Das Integrationsmodul richtet sich an Personen aus dem Gesundheitswesen ohne medizinisches Vorwissen, die sich ein medizinisches Basiswissen erarbeiten und ein tiefergehendes Verständnis der Perspektiven von medizinischem Fachpersonal in der Leistungserbringung gewinnen möchten. Das Modul empfiehlt sich ausserdem als Vorbereitung auf den

Nutzen

Sie erwerben ein medizinisches Grundverständnis zum Aufbau und zu den Organfunktionen des menschlichen Körpers. Wichtige Krankheitsbilder können Sie aufzeigen und sich ein Urteil zu medizinischen Begriffen/Terminologien sowie Medikamentenklassen bilden. Die Betrachtungsweise medizinischer Leistungserbringer können Sie ableiten und medizinische Entscheidungskonzepte verstehen. Dadurch werden Sie befähigt, medizinische Fakten im Berufsalltag präziser einzuschätzen und lösungsorientiert damit umzugehen.

Wissenschaftliche Leitungen

KURT ALEXANDER

ACKERMANN 1

Dr., Studienleiter CAS Behavioral Insights for Marketing. Schwerpunkte: Verhaltensökonomie, Psychologie, Entscheidungstheorie, Spieltheorie.

JENS HAARMANN 2

Dr. oec. publ., Studienleiter CAS Health Care Marketing. Schwerpunkte: Health Care and Medical Device Marketing, Customer Relationship Management, Service Excellence & Customized Products und Swiss Biodesign.

NINA HEIM 3

Dr., Studienleiterin CAS Pricing & Sales. Schwerpunkte: Pricing, Consumer Behavior, Behavioral Economics, Market Research.

MARC HÖGLINGER 4

Prof. Dr. sc. ETH, Leiter Bereich Versorgungsforschung. Schwerpunkte: Versorgungsforschung, Arbeits- und Gesundheitssoziologie, Evidence-based Medicine.

FLORIAN LIBERATORE 5

PD Dr. rer. pol., Stv. Leiter und Projektleiter im Bereich Management im Gesundheitswesen. Schwerpunkte: Koordinierte Versorgung im Gesundheitswesen, Qualitätsmanagement, Key-Account-Management, Patientenverhalten, Wirtschaftlichkeits-/Marktanalysen.

VALERIO STALLONE 6

Studienleiter CAS Advanced Digital Marketing. Schwerpunkte: Online Advertising, Blockchain in Marketing, Ad Operations, eSports.

SIMON WIESER 7

Prof. Dr. oec. publ., Leiter Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie (WIG). Schwerpunkte: Gesundheitsökonomie, gesundheitsökonomische Evaluationen, Entwicklung leistungsorientierter Tarifsysteme.

MARCUS ZIMMER 8

Studienleiter CAS Marketing & Corporate Communications. Schwerpunkt: B2B-Kundenbeziehungen, Service- und Solution-Strategien für Industrieunternehmen, Business-Experimente, Dark Patterns und Deceptive Designs, Marketing und Technologie.



Zwei Institute – doppelte Expertise

Über uns

Expertise aus Gesundheitsökonomie- und Marketing-Management-Forschung und aus Projekten zu den Trends der Versorgung im Gesundheitsmarkt.

WINTERTHURER INSTITUT FÜR GESUNDHEITSÖKONOMIE (WIG)

Mit innovativen Projekten und Studien zu aktuellen gesundheitsökonomischen Fragen fördert das Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie (WIG) die Verbindung von Wissenschaft und Praxis. Zu Aktualitäten und ökonomischer Einschätzung des Gesundheitswesens kann der Blog «Gesundheitsökonomie@ZHAW» abonniert werden.

>>> blog.zhaw.ch/gesundheitsoekonomie

Zugleich fließen Erkenntnisse aus Forschung und Projekten zurück in die Weiterbildung. Sie profitieren von einem ausgewiesenen wissenschaftlichen Methodenspektrum in den Bereichen Datenerhebung, Evidence Assessment, gesundheitsökonomische Analysen und Modellierungen sowie betriebs- und volkswirtschaftliche Konzeptentwicklungen. Eine Vielzahl von namhaften Auftraggebern, staatlichen Behörden und Verbänden bauen auf das WIG als professionellen Partner für anwendungsorientierte Forschungs- und Entwicklungsprojekte.

>>> www.zhaw.ch/wig

INSTITUT FÜR MARKETING MANAGEMENT (IMM)

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.

Das Institut arbeitet mit Grossunternehmen, KMU und Privatpersonen zusammen, aber auch mit Partnerhochschulen auf nationaler und internationaler Ebene. Das gut ausgebaute Netzwerk bietet umfassendes Know-how, das kontinuierlich weiterentwickelt und in die Aktivitäten integriert wird. Neben dem CAS Health Care Marketing bietet das IMM eine breite Palette von Weiterbildungen an.

>>> www.zhaw.ch/imm

Customer Orientation während der CAS



Unsere wissenschaftlichen Leitungen und CAS-Leitungen sind Expert:innen, die sicherstellen, dass die Weiterbildungsprogramme Ihre berufliche Entwicklung optimal fördern. Dies geschieht durch laufend adaptierte und abgestimmte Inhalte in den verschiedenen Fachgebieten und den Einsatz hoch qualifizierter Dozierender. Ebenso durch den Einbezug der Kenntnisse und Erfahrungen der Teilnehmenden, die passende Verwendung von Unterlagen zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichts, den Einsatz von modernen digitalen Lehr- und Lernformaten sowie eine individuelle Beratung und Betreuung.

Organisatorisches

Melden Sie sich frühzeitig an

Die Studienplätze werden nach Reihenfolge des Eingangs der vollständigen Bewerbungsunterlagen vergeben.

AUFNAHMEBEDINGUNGEN

Zugelassen sind Absolvent:innen von Fachhochschulen oder Universitäten mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung. 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. Nach Anmeldung findet ein persönliches Gespräch online oder in Winterthur statt. Über die definitive Zulassung entscheidet die Studienleitung.

ANMELDUNG

Die Anmeldung zu den einzelnen Weiterbildungen erfolgt online. >>> www.zhaw.ch/sml/mas-hcma

UNTERRICHTSORT

Der Unterricht findet (mit Ausnahme von Exkursion, Seminar oder Studienreise) in den Räumlichkeiten der ZHAW School of Management and Law in Winterthur statt, zwei Gehminuten vom Bahnhof Winterthur entfernt.

STUDIENBEGINN UND DAUER

Das Studium wird nach Bedarf mit dem Besuch von Integrationsmodulen begonnen. Je nach Vorwissen kann der Eintritt in einen Zertifikatslehrgang direkt erfolgen. Ein CAS besteht in der Regel aus 14 Präsenztagen, auf ca. 5 Monate verteilt. Ein Integrationsmodul umfasst 7 Präsenztage innerhalb von 2 bis 3 Monaten. Je nach Intensität dauert das Masterstudium 2 bis 5 Jahre und kann berufsbegleitend neben einer Vollzeitbeschäftigung absolviert werden.

UNTERRICHTSZEITEN

Unterrichtszeiten sind in der Regel 8.15–17.15 Uhr bzw. samstags bis 13.00 Uhr, blockweise Do.–Sa. oder Fr.–Sa.

UNTERRICHTSSPRACHE

Die Unterrichtssprache ist Deutsch, die Unterlagen sind nach Möglichkeit ebenfalls in Deutsch verfasst. Partiiell können englischsprachige Unterlagen im Unterricht eingesetzt werden.

KOSTEN

Die Studienkosten für den MAS werden in Teilbeträgen erhoben, pro CAS und Integrationsmodul eine Rechnung.

MAS	CHF 33 200.–
CAS	CHF 7800.– bzw. CHF 8200.–
Integrationsmodul	CHF 3900.–

Unterrichtsunterlagen, Literatur, Bücher sowie Gebühren für Prüfungen, Leistungsnachweise und Diplomarbeit sind inbegriffen. Bei externen Seminaren sind die Übernachtungen eingeschlossen (Preiserhöhungen vorbehalten). Zusätzliche Kosten können bei der Prüfung von Gesuchen oder bei Abmeldungen/Umbuchungen entstehen.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Die allgemeinen Teilnahmebedingungen für Weiterbildungsveranstaltungen an der ZHAW School of Management and Law finden Sie unter: >>> www.zhaw.ch/sml/atb-wb

Haben Sie Fragen?



Der Customer Service Weiterbildung hilft Ihnen gerne weiter:

Telefon +41 58 934 79 79

info-weiterbildung.sml@zhaw.ch

Was Sie auch interessieren könnte

Vielfältige Möglichkeiten – Ihre Wahl

Unser breites Angebot an Weiterbildungen im Gesundheitsbereich erlaubt Ihnen, spezifische Kompetenzen zu erwerben oder Praktiken aus dem Berufsalltag zu hinterfragen und theoretisch zu untermauern.

DIPLOMA OF ADVANCED STUDIES (DAS) IN KOORDINierter VERSORGUNG & RECHT IM GESUNDHEITSWESEN

Innovative, qualitätssichernde sowie wirtschaftlich nachhaltige Lösungsansätze für Koordinierte Leistungserbringung im Gesundheitswesen müssen gefunden werden. Unter solchen Voraussetzungen steigen die Anforderungen an Fach- und Führungskräfte. Sie möchten sich im rasch wachsenden und nach wie vor stark fragmentierten Gesundheitswesen sowohl in strukturellen wie auch rechtlichen und wirtschaftlichen Belangen kompetent bewegen. Sie erhalten neue und verlässliche Beurteilungsfähigkeiten für Ihre tägliche Arbeit mit dem Besuch des obligatorischen CAS Koordinierte Versorgung im Gesundheitswesen, kombiniert mit einem CAS beim Zentrum für Sozialrecht (ZSR). Mit der Diplomarbeit erreichen Sie das «Diploma of Advanced Studies in Koordinierter Versorgung & Recht im Gesundheitswesen» (30 ECTS-Credits). >>> www.zhaw.ch/wig/das-kvgwr

MASTER OF ADVANCED STUDIES (MAS) IN MANAGED HEALTH CARE

Die tägliche Arbeit verlangt von Führungs- und Fachkräften im Gesundheitswesen fundiertes betriebs- und volkswirtschaftliches Wissen sowie Kommunikations- und Führungskompetenzen. Die Fähigkeit, gesundheitsökonomische Themen inhaltlich schnell zu erfassen, ist für den Erfolg einer Führungskraft entscheidend. Sie befassen sich mit Inhalten zu aktuellen volks- und betriebswirtschaftlichen, versorgungswissenschaftlichen, rechtlichen sowie gesundheitspolitischen Aspekten, die v. a. operative Prozesse betreffen. Der berufsbegleitende Masterstudiengang kann neben einer Vollzeit-tätigkeit absolviert und inhaltlich individuell und zeitlich flexibel

geplant werden. Sie wählen aus dem Studienprogramm CAS im Umfang von insgesamt 48 ECTS-Credits aus. Dabei können Sie den Schwerpunkt auf betriebswirtschaftlich-organisatorische oder systemisch-gesellschaftliche Themen legen. Als Absolvent:in des Masterstudiengangs verbessern Sie Ihre Chancen in Führungspositionen in allen Bereichen und Branchen des Gesundheitswesens und erwerben nach Abschluss der Masterarbeit den Titel «Master of Advanced Studies in Managed Health Care» (60 ECTS-Credits).

>>> www.zhaw.ch/wig/weiterbildung

Customized CAS



MASSGESCHNEIDERT FÜR UNTERNEHMEN IM GESUNDHEITSWESEN

Das Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie bietet ausgewählten Unternehmen des Gesundheitswesens die Möglichkeit, Mitarbeitendenförderung auf Hochschulniveau zu betreiben. In Zusammenarbeit mit dem Institut werden CAS konzipiert und durchgeführt, die spezielle Bedürfnisse und die Eigenheiten der Unternehmen berücksichtigen.

>>> www.zhaw.ch/wig/weiterbildung

Praxisbezug

Bilden Sie sich praxisnah und berufsbegleitend weiter

An der ZHAW School of Management and Law (SML) wird Praxisorientierung gelebt. Das gilt für die Leistungsbereiche Forschung und Beratung, aber auch für die Studien- und Weiterbildungsangebote, die konsequent auf die Anforderungen der Praxis ausgerichtet sind.

> 170

Weiterbildungs-
angebote

BUILDING COMPETENCE. CROSSING BORDERS.

Als Teil einer Fachhochschule ist die SML der angewandten Forschung verpflichtet. Die Bedürfnisse der Praxis bestimmen die Zielrichtung. Getreu unserem Leitsatz «Building Competence. Crossing Borders.» bündeln wir nicht nur unser eigenes Know-how, sondern überschreiten auch geografische und fachliche Grenzen, wenn es der Auftrag erfordert. Dabei greifen wir auf die Kompetenzen anderer Departemente der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), unserer Praxispartner sowie unserer über 190 Partnerhochschulen weltweit zurück.

> 4100

Weiterbildungsteilnehmende
jährlich

HOHE PRAXISRELEVANZ

Die in der Forschung gewonnenen Erkenntnisse zeichnen sich durch hohe Praxisrelevanz aus und sind rasch umsetzbar. Sie fliessen konsequent in unsere Lehr- und Beratungstätigkeiten mit ein. Dies erlaubt es den Dozierenden, reale Praxisfälle im Unterricht zu behandeln und interessante Aufgabenstellungen abzuleiten. So können die Teilnehmenden unserer Weiterbildungen realistische Fallbeispiele unter Anwendung der erlernten Theorien bearbeiten. Oft lassen sich die so gewonnenen Erkenntnisse auch im eigenen Unternehmen umsetzen.

> 600

Praxisprojekte
seit 2010

FACHERFAHRUNG UND BEZIEHUNGSNETZ

Um alle Leistungsbereiche bedienen zu können, legt die SML bei der Rekrutierung der Dozierenden neben der akademischen Laufbahn grossen Wert auf langjährige Fach- und Führungserfahrung. Das breite Beziehungsnetz, das die Dozierenden mitbringen, kommt auch Teilnehmenden in der Weiterbildung zugute. Zudem werden zu unseren Weiterbildungen nur Personen zugelassen, welche die jeweils nötigen beruflichen und persönlichen Qualifikationen mitbringen. Damit ist ein Erfahrungsaustausch auf hohem Niveau garantiert und die Teilnehmenden profitieren auch gegenseitig von ihrem Know-how.

Kontakt

PROGRAMMAUSKUNFT

ZHAW School of Management and Law
Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie
Team Weiterbildung
Gertrudstrasse 8
Postfach
8401 Winterthur
Telefon +41 58 934 78 97
info.wig@zhaw.ch

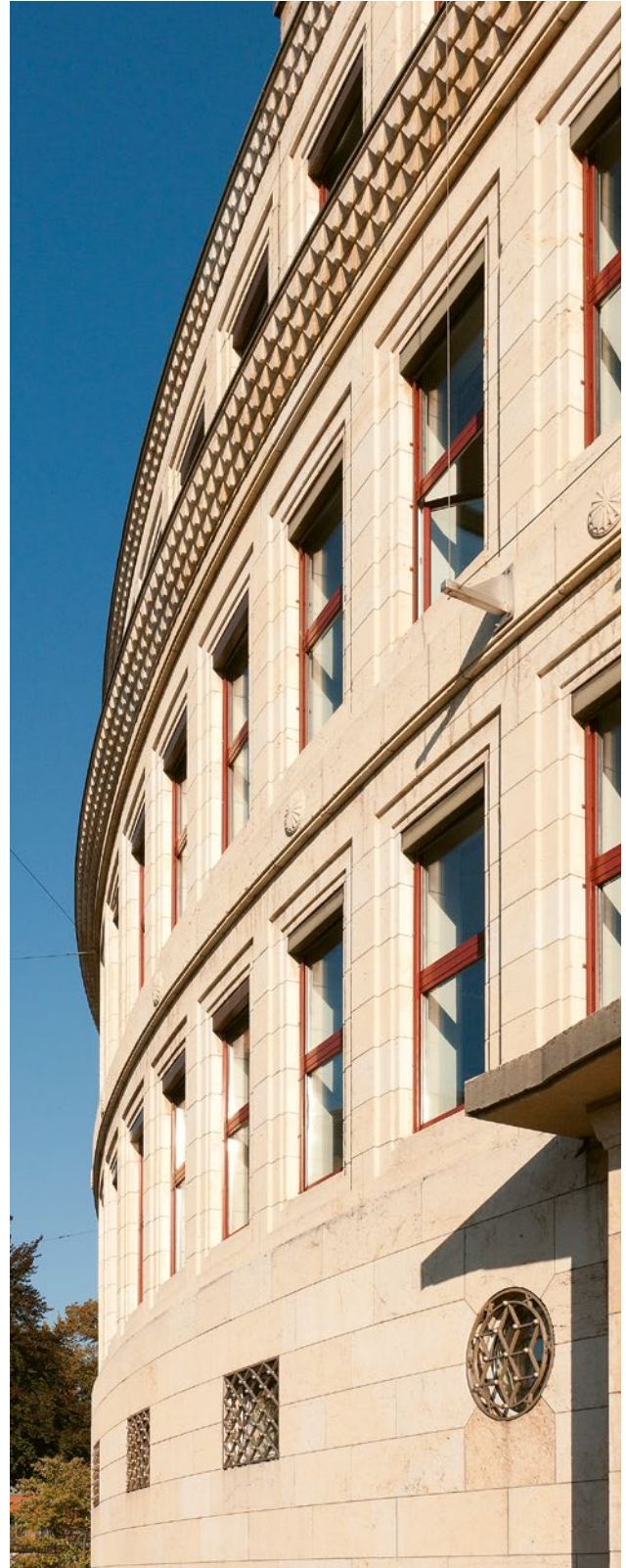
ADMINISTRATION UND ANMELDUNG

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
>>> www.zhaw.ch/sml

Jetzt anmelden!

Weitere Informationen zu
unseren Angeboten sowie die
Daten der Infoveranstaltungen
finden Sie hier:

>>> www.zhaw.ch/wig/weiterbildung



Zukunftsorientiert

Erfolgreich auf dem Arbeitsmarkt

Mit Ihrer erweiterten Fachkompetenz profitieren Sie von besseren Karrierechancen. Mehr noch: Sie vergrössern kontinuierlich Ihr Netzwerk, freuen sich an Ihrer beruflichen Weiterentwicklung und lernen die vielen Vorteile des lebenslangen Lernens kennen.



**Netzwerk
ausbauen**



**Perspektive auf
bessere Karrierechancen**



**Berufliche
Weiterentwicklung**



**Lebenslanges
Lernen**



**Verbesserte Chancen
auf dem Arbeitsmarkt**



**Erweiterte
Fachkompetenz**



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

School of Management and Law

St.-Georgen-Platz 2
Postfach
8401 Winterthur
Schweiz

www.zhaw.ch/sml



swissuniversities

