

Wegleitung

zur

Prüfungsordnung für die Berufsprüfung zur Pharma-Spezialistin/zum Pharma-Spezialisten

vom 17.08.2015

Die Prüfungskommission erlässt, gestützt auf Ziffer 2.21 a der Prüfungsordnung über die Berufsprüfung für Pharma-Spezialistin / Pharma-Spezialist, folgende Wegleitung:

1 EINLEITUNG

1.1 Zweck der Wegleitung

Die Wegleitung enthält ergänzende Informationen zur Prüfungsordnung über die Berufsprüfung für Pharma-Spezialistin / Pharma-Spezialisten.

1.2 Adressaten

Die vorliegende Wegleitung richtet sich an die Kandidierenden der Prüfung, die Expertinnen und Experten und die verschiedenen Ausbildungsanbieter.

1.3 Gültigkeit

Die für die ausgeschriebene Prüfung gültige Wegleitung ist unter www.shqa.ch veröffentlicht.

1.4 Prüfungskommission

Die Kontaktadresse der Prüfungskommission ist zu finden unter www.shqa.ch.

2 INFORMATIONEN ZUM ERLANGEN DES FACHAUSWEISES

2.1 Administratives Vorgehen

2.11 Die Prüfung wird auf der Website der swiss health quality association (shqa) ausgeschrieben, www.shqa.ch.

2.12 In der Ausschreibung wird auf die gültige Prüfungsordnung und Wegleitung Bezug genommen. Ausserdem wird darauf hingewiesen, dass die Anmeldung gem. Ziffer 4.11 auf 120 Plätze beschränkt ist und deshalb Anmeldungen in der Reihenfolge des Einganges berücksichtigt werden; massgeblich ist das Datum des Poststempels der vollständigen und unterzeichneten Prüfungsanmeldung.

2.13 Die Anmeldung hat zunächst online gemäss Instruktionen auf der shqa-Website zu erfolgen. Nach der Online-Anmeldung sind die folgenden Dokumente und

Informationen schriftlich nachzureichen, wobei das unterschriebene Anmeldeformular die Anmeldung abschliesst.

- 2.13.1. Einer der gemäss Ziffer 3.31 a der Prüfungsordnung geforderten Ausweise
- 2.13.2. Nachweis der beruflichen Praxis gemäss Ziffer 3.31 b der Prüfungsordnung (vgl. Ziffer 2.32 dieser Wegleitung)
- 2.13.3. unterschriebenes Anmeldeformular.

2.2 Gebühren

Die anfallenden Kosten werden mit Ausschreibung der Prüfung unter www.shqa.ch publiziert.

2.3 Zulassung

- 2.31 Die Zulassung ist unter Ziffer 3.3 der Prüfungsordnung geregelt.
- 2.32 Als berufliche Praxis gelten:
 - Tätigkeiten als Leistungserbringer im Gesundheitswesen wie z.B. Ärzte/Ärztinnen, Apothekerin/Apotheker oder Pflegefachpersonen
 - Tätigkeiten in Unternehmen des Gesundheitswesens in den Bereichen Verkauf im Aussen- oder Innendienst, Marketing, Kommunikation, Medizin oder klinische Forschung bei einer Pharma-, Biotech-, MedTech- oder Laborunternehmung
 - Tätigkeiten bei Krankenversicherungen oder bei Dienstleistungsunternehmen

3 PRÜFUNG

3.1 Organisation und Durchführung

- 3.11 Die Prüfung besteht gemäss Ziffer 5.1. der Prüfungsordnung aus einem schriftlichen und drei mündlichen Teilen.

Die schriftliche Prüfung hat bestanden, wer mehr als zwei Drittel der maximalen Punktezahl und in jedem Lernzielbereich gemäss dem Anhang dieser Wegleitung die Hälfte der maximalen Punktezahl erreicht hat. Diese Bestehensgrenze kann durch die von der Prüfungskommission zur Bewertung der schriftlichen Prüfung eingesetzten Experten bis auf 64% der maximalen Punktezahl herabgesetzt bzw. bis auf 67% der maximalen Punktezahl erhöht werden.

Die einzelnen Teile der mündlichen Prüfung werden in folgende Positionen unterteilt:

- Prüfungsteil 2: Beratungsgespräch und Fachgespräch
- Prüfungsteil 3: Präsentation und Fachgespräch
- Prüfungsteil 4: Fachgespräch

Die einzelnen Positionen der mündlichen Prüfung werden separat benotet und zur Bestimmung der Note des Prüfungsteils mit folgender Gewichtung berücksichtigt:

- Prüfungsteil 2: Beratungsgespräch 50%, Fachgespräch über Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen 50%
- Prüfungsteil 3: Präsentation 40%, Fachgespräch über Ärzteguppierungen, Ärztenetzwerke, HMOs und Einkaufsguppierungen im ambulanten und/oder stationären Sektor 60%
- Prüfungsteil 4: Fachgespräch über Massnahmen im Arbeitsgebiet 100%

- 3.12. Die einzelnen Prüfungsteile gemäss Ziffer 5.1. der Prüfungsordnung werden wie folgt durchgeführt

Prüfungsteil 1: *schriftliche* Prüfung, Dauer 180 Minuten

Die Kandidierenden erhalten 90 Multiple-Choice-Fragen, die sie innerhalb der vorgegebenen Zeit (180 Minuten) am Prüfungsort lösen.

Der Prüfungsstoff richtet sich nach den Leistungskriterien in den Handlungskompetenzbereichen A „Mit Fachpersonen im Gesundheitswesen Gespräche führen“ und B „Gruppierungen im Gesundheitswesen informieren und beraten“ und C „Massnahmen im Arbeitsgebiet“.

Detaillierte Angaben zur schriftlichen Prüfung sind im Lernzielkatalog der shqa festgelegt (Übersicht gemäss Anhang, Seite 7). Dieser ist bei der shqa erhältlich.

Prüfungsteil 2: *mündliche* Prüfung „Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen“, 30 Minuten Vorbereitungszeit, 30 Minuten Prüfung in Form eines simulierten Beratungsgesprächs und anschliessendem Frage-Antwort-Gesprächs

Den Kandidierenden wird am Prüfungsort ein Prüfungsfall zu „Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen“ vorgelegt. Sie setzen sich während 30 Minuten mit dem Fall und der Aufgabenstellung auseinander und bereiten ein Beratungsgespräch und ein Fachgespräch von je 15 Minuten vor.

Anschliessend an die Vorbereitung findet während 30 Minuten ein simuliertes Beratungsgespräch und ein Frage-Antwort-Gespräch mit zwei Expertinnen oder Experten bezogen auf die Fallstudie statt. Es findet kein Arztgespräch mit einem angemeldeten Arzneimittel mehr statt.

Der Prüfungsstoff richtet sich nach den Leistungskriterien im Handlungskompetenzbereich A „Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen“ (siehe Übersicht der beruflichen Handlungskompetenzen 2016, Seite 8).

Prüfungsteil 3: *mündliche* Prüfung „Information und Beratung von Gruppierungen im Gesundheitswesen“, 60 Minuten Vorbereitungszeit, 30 Minuten Prüfung (10 Minuten Präsentation, während der restlichen Zeit Fragen-Antwort-Gespräch)

Den Kandidierenden wird am Prüfungsort ein Prüfungsfall zu „Information und Beratung von Gruppierungen im Gesundheitswesen“ vorgelegt. Sie setzen sich während 60 Minuten mit dem Fall und der Aufgabenstellung auseinander und bereiten eine Präsentation von 10 Minuten und ein Fachgespräch von 20 Minuten vor.

Im Anschluss an die Vorbereitung findet die Prüfung statt. Die Kandidatin oder der Kandidat präsentiert die Lösungen gemäss Aufgabenstellung. Auf die Präsentation, die sich an ein gemischtes Fachpersonal aus z.B. Ökonomie, Medizin verschiedener Fachrichtungen und Pharmazie richtet, folgt für die restliche Zeit ein Fragen-Antwort-Gespräch mit zwei Expertinnen oder Experten bezogen auf die praktischen Arbeitsaspekte von Pharma-Spezialisten/innen bei der Zusammenarbeit mit Ärztenetzwerken, HMO's, Ärzte- und Spitalgruppierungen, und Einkaufsgruppierungen im ambulanten und stationären Sektor.

Der Prüfungsstoff richtet sich nach den Leistungskriterien im Handlungskompetenzbereich B „Gruppierungen im Gesundheitswesen informieren und beraten“ (siehe Übersicht der beruflichen Handlungskompetenzen 2016, Seite 8).

Prüfungsteil 4: mündliche Prüfung „Massnahmen im Arbeitsgebiet planen“, 60 Minuten Vorbereitungszeit, 30 Minuten Prüfung in Form eines Fragen-Antwort-Gesprächs

Den Kandidierenden wird am Prüfungsort ein Prüfungsfall zusammen mit Zahlenmaterial zu „Massnahmen im Arbeitsgebiet planen“ (Gebietsmanagement) und vorgelegt. Sie setzen sich während 60 Minuten mit dem Fall und der Aufgabenstellung auseinander und bereiten ein Fachgespräch von 30 Minuten vor.

Anschliessend an die Vorbereitung findet während 30 Minuten ein Frage-Antwort-Gespräch mit zwei Expertinnen oder Experten bezogen auf die Fallstudie statt.

Der Prüfungsstoff richtet sich nach den Leistungskriterien im Handlungskompetenzbereich C „Massnahmen im Arbeitsgebiet planen“ (siehe Übersicht der beruflichen Handlungskompetenzen 2016, Seite 8).

Die Fallvorgaben müssen strikte befolgt werden und dürfen in keinem der drei mündlichen Prüfungsteile geändert werden.

3.13 Die Kandidierenden müssen sich vor Antritt jeder Prüfung mit einem amtlichen Dokument ausweisen.

3.14 Erlaubte Dokumente und Hilfsmittel für die mündliche Prüfung:

Als Hilfsmittel sind einzig erlaubt: Notizblock (Papier), Schreibstifte, analoge Uhr oder Wecker Taschenrechner mit einfachen Grundfunktionen sowie für italienisch sprechende Kandidierende, die auf Deutsch oder Französisch geprüft werden, ein entsprechendes Wörterbuch in Papierform.

Nicht erlaubt sind andere elektronische Geräte jeglicher Art, z.B. Mobiltelefone, Smart Watches, Computer, Tablet-Computer, Digitalkameras und Aufnahmegeräte irgendwelcher Art. Wer während der Prüfung andere als die erlaubten Hilfsmittel bei sich hat oder anwendet, wird von der Prüfung ausgeschlossen. Dieses Verbot gilt zeitlich vom Betreten des GZI-Gebäudes vor der ersten Prüfung bis zum Verlassen des Gebäudes nach der letzten Prüfung. Örtlich gilt das Verbot für den ganzen Gebäudekomplex in Nottwil (GZI, SPZ, Seminarhotels, inkl. Parkgarage und öffentliche Plätze).

Im Prüfungsteil 3 „Information und Beratung von Gruppierungen im Gesundheitswesen“ ist der Gebrauch der zur Verfügung gestellten Flipchart-Pin-on-Folien samt Stiften erlaubt.

3.2 Leistungskriterien

Der Prüfungsstoff, der geprüft werden kann, entspricht dem Berufsbild gemäss Ziffer 1.1 der Prüfungsordnung und den Handlungskompetenzbereichen A bis C. Die in den Handlungskompetenzbereichen aufgeführten Leistungskriterien definieren Inhalt und Niveau der Prüfungen.

Bei den mündlichen Prüfungen werden nur die mündlichen Äusserungen in die Leistungsbewertung einbezogen.

3.3 Prüfungsbeobachtung

Zur Qualitätssicherung können Vertretende des SBFJ (Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation) und / oder der Prüfungskommission die Prüfung beobachten. Deren Ablehnung ist weder durch Kandidierende noch durch Experten-Teams möglich.

3.4 Vertraulichkeit

Die Kandidierenden sowie die Expertinnen oder Experten wahren vor und nach einer Prüfung deren vollumfängliche Vertraulichkeit. Die Weitergabe von Prüfungsfragen, Prüfungsaufgaben oder -lösungen ist verboten.

3.5 Beschwerden

Das vom SBFI verfasste Merkblatt für Beschwerden kann auf folgender Website eingesehen werden: <http://www.sbf.admin.ch>.

swiss health quality association (shqa)

lic. iur. Barbara Schärer,
shqa- Präsidentin Prüfungskommission

Prof. em. Dr. med. Dieter Conen,
Vizepräsident Prüfungskommission

Zug, den 17. August 2015

Anhang Wegleitung zur Prüfungsordnung über die Berufsprüfung für Pharma-Spezialistin / Pharma-Spezialist

Übersicht Lernzielkatalog	S. 7
Übersicht der beruflichen Handlungskompetenzen	S. 8
Handlungskompetenzbereiche A – C	S. 9 - 17

Anhang zur Wegleitung der Prüfungsordnung „Pharma-Spezialist mit eidg. Fachausweis“

Lernziele für die schriftliche Prüfung	Gewichtung Total	Lernzielstufe			Anzahl
		Wissen	Verstehen	Anwenden	
Total Prüfungsfragen					90
1. Rechtliche & Ethische Grundlagen	15 %	73%	21 %	6 %	13
1. 1. HMG & AWV	25 %	66 %	21 %	13 %	3
1. 2. KVG & KVV	30 %	78 %	14 %	8 %	4
1. 3. PK & PKK	25 %	68 %	32 %	0 %	3
1. 4. Behörden	20 %	78 %	20 %	2 %	3
2. Korrekt informieren und beraten	65 %	71 %	24 %	5 %	59
2. 1. Pharmakodynamik	11 %	70 %	29 %	1 %	7
2. 2. Pharmakokinetik	21 %	58 %	24 %	18 %	12
2. 3. Anatomie, Physiologie, Pathophysiologie	53 %	80 %	20 %	0 %	31
2.3.01. Nervensystem	10 %	97 %	3 %	0 %	3
2.3.02. Endokrines System	5 %	85 %	15 %	0 %	1
2.3.03. Herz/Kreislaufsystem	25 %	77 %	23 %	0 %	8
2.3.04. Respirationstrakt	10 %	76 %	24 %	0 %	3
2.3.05. Gastrointestinaltrakt	15 %	70 %	30 %	0 %	5
2.3.06. Urogenital-System	10 %	73 %	27 %	0 %	3
2.3.07. Muskulo-Skeletales System	2 %	79 %	21 %	0 %	1
2.3.08. Dermatologie	3 %	79 %	21 %	0 %	1
2.3.09. Ophthalmologie	2 %	80 %	20 %	0 %	1
2.3.10. Onkologie	6 %	100 %	0 %	0 %	2
2.3.11. Infektionskrankheiten	5 %	80 %	20 %	0 %	1
2.3.12. Immunsystem	5 %	88 %	12 %	0 %	1
2.3.13. Schmerz	2 %	80 %	20 %	0 %	1
2.4. Klinische Studien	10 %	69 %	22 %	9 %	6
2.5. Fachausdrücke aus ärztlichem Umfeld	5 %	28 %	67 %	5 %	3
3. Marktumfeld Pharma	10 %	67 %	21 %	12 %	9
3.1. Gesundheitssystem	10 %	80 %	20 %	0 %	1
3.2. Verbände, Standesorganisationen, Vereinigungen	40 %	90 %	8 %	2 %	4
3.3. Distribution Pharmaprodukte	50 %	45 %	32 %	23 %	4
4. Betriebswirtschaft	10 %	53 %	40 %	7 %	9
4.1. Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe	50 %	60 %	40 %	0 %	4
4.2. Preis	20 %	50 %	50 %	0 %	2
4.3. Marktforschung	30 %	44 %	32 %	24 %	3

Übersicht der beruflichen Handlungskompetenzen 2016

Handlungskompetenzbereiche		Berufliche Handlungskompetenzen						
		1	2	3	4	5	6	7
A	Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen	Besuche gemäss Vorgaben planen, durchführen und nachbearbeiten, Kunden fundiert und kompetent betreuen. Nachhaltige Kontakte aufbauen, erster Ansprechpartner werden	Gespräche gem. Zielsetzung vorbereiten; dafür notwendige Unterlagen zusammenstellen oder aktualisieren	Bedürfnisse der Fachpersonen rasch erkennen und ausgewogen informieren, den Kunden nutzenbringende Lösungen präsentieren	Den Fachpersonen den Beitrag des Arzneimittels zum Therapieerfolg aufzeigen, Anfragen entgegennehmen und vorschriftsgemäss handhaben	Evaluieren und Einschätzen von potentiellen Neukunden mit anschliessender Gewinnung; neue Produkte & Indikationserweiterungen im Markt vorstellen und einführen	Marktentwicklungen im Auge behalten, und routiniert sinnvolle Schlüsse für das Gebiet und das Unternehmen ziehen und auf Veränderungen frühzeitig agieren	Organisieren von weiterbildenden, lokalen Veranstaltungen, Besuch von Kongressen und Selbststudium zur eigenen Weiterbildung
B	Information und Beratung von Gruppierungen im Gesundheitswesen	Verschiedenen Formen und Arten Netzwerken und (Einkaufs) Gruppierungen inkl. deren Bedürfnisse erkennen und Bearbeitung darauf ausrichten	Zu Gruppierungen Kontakte knüpfen, pflegen und Geschäftsvolumen halten und/oder ausbauen	Massnahmen für die Pflege von Netzwerken und (Einkaufs) Gruppierungen entwickeln, vorstellen und umsetzen	Verhandlungen mit Netzwerken und Gruppierungen initiieren und mitgestalten	Mit internen und externen Fachexpertinnen und -experten zusammenarbeiten	Marktentwicklungen im Auge behalten, und routiniert sinnvolle Schlüsse für das Gebiet und das Unternehmen ziehen und auf Veränderungen frühzeitig agieren	Organisieren von weiterbildenden, lokalen Veranstaltungen, Selbststudium zur eigenen Weiterbildung
C	Massnahmen im Arbeitsgebiet planen	Relevante Informationen, Daten und Entwicklungen beschaffen, regelmässig aktualisieren und interpretieren	Aktivitäten und Massnahmenplan aus Ziel-, Kontakt- und Gebietsvorgaben und Kundenbedürfnissen erstellen und umsetzen	Reiseaktivitäten effizient und umweltbewusst planen	Marktentwicklungen im Auge behalten, und routiniert sinnvolle Schlüsse für das Gebiet und das Unternehmen ziehen und auf Veränderungen frühzeitig agieren			

A Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen

Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs

Die Kernaufgabe der Pharma-Spezialistinnen und Pharma-Spezialisten (PhaS) ist die kompetente Information und Beratung von Healthcare Professionals (HCPs), insbesondere von Ärztinnen und Ärzten sowie Apothekerinnen und Apothekern sowie weiteren Fachpersonen im ambulanten und stationären Bereich. Die häufigsten Interaktionsformen sind das persönliche Gespräch beim Kunden vor Ort, an Kongressen oder an Fachveranstaltungen. Die PhaS bereiten Kundenbesuche individuell mit einer Zielformulierung und einer darauf basierenden groben Vorgehensweise vor. Der Grossteil der Besuche wird vorgängig geplant und vereinbart.

Im Gespräch ergründen die PhaS die Bedürfnisse der Kunden und gehen argumentativ auf diese ein. Sie setzen die Unternehmensunterlagen situationsgerecht ein.

PhaS werden von Kunden mit medizinischen Fragen konfrontiert. Können oder dürfen sie diese nicht selber beantworten, leiten sie diese zur Bearbeitung an die zuständige interne Stelle weiter und sorgen für eine Kundenantwort. Ihr Fachwissen und ihre umfassenden Kundenkenntnisse befähigen die PhaS zudem, zwischen den Kundenbedürfnissen und den Unternehmensinteressen abzuwägen und die richtigen Entscheide zu treffen. PhaS stellen so das Bindeglied zwischen dem Unternehmen und den Kunden dar.

Die PhaS nehmen Unterstützungsanfragen entgegen und leiten sie der unternehmensinternen zuständigen Stelle weiter. Die PhaS gewährleisten, dass bei der Bearbeitung die verantwortlichen Personen einbezogen werden und der Kunde innerhalb der vereinbarten Frist eine Antwort erhält.

Kontext

Zu den Kunden der PhaS gehören sowohl medizinische und ökonomische Fachpersonen aus dem stationären wie ambulanten Bereich (z.B. Ärztinnen und Ärzte, Apothekerinnen/ Apotheker, Leistungseinkäufer).

PhaS betreuen auch horizontal oder vertikal integrierte Ärzte- und Spitalnetzwerke sowie Kombinationen davon. Die PhaS sind in ihrem Verantwortungsbereich für genau definierte Kunden(-gruppen) und/oder geographische Gebiete zuständig. PhaS vertreten die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens und setzen sich für dieses und seine Ziele ein. Dazu planen sie selbständig oder nach Vorgabe Besuche und Aktivitäten, setzen dabei geeignete Unterlagen ihres Unternehmens ein und achten auf einen nachhaltigen Ressourceneinsatz.

Im Umgang mit Kunden achten PhaS auf ein zuvorkommendes und gepflegtes Auftreten. Sie halten die in diesem Zusammenhang massgebenden Regeln ein und erhalten sich durch professionelle Arbeit die Empfangsbereitschaft bei Kunden. Die Gespräche mit Kunden finden oft bei Kunden in der Praxis oder im Spital statt. Dies erfordert von den PhaS eine intensive Reisetätigkeit (mittels öffentlichem Verkehr, dem eigenen Auto oder einer Kombination davon).

Zur Ausübung ihrer Tätigkeiten verfügen die PhaS über breites Fachwissen in den Bereichen Medizin, Arzneimittelsicherheit, Pharmakologie, Krankenversicherungs- und Heilmittelrecht, Ethik (inkl. Pharmakodex und Pharmakooperations-Kodex sowie die Kodices der Ärzteschaft: SAMW-Richtlinien, H+ Code of Conduct, GSASA-Reglement für Weiterbildungen), Betriebswirtschaft und Gesundheitswesen der Schweiz. Sie sind auf dem neusten Stand, was die grossen Entwicklungen im Schweizer Gesundheitswesen und Pharmamarkt betrifft. PhaS kommunizieren gewandt mit verschiedenen Fachpersonen; sie drücken sich mündlich und schriftlich allgemeinverständlich aus. Sie bauen neue Beziehungen auf. Sie sind für das Halten des bestehenden Geschäftes sowie die Einführung von neuen Arzneimitteln und Indikationserweiterungen verantwortlich. Für ihre Tätigkeit setzen die PhaS gezielt die vom Unternehmen zur Verfügung gestellten Unterlagen, Materialien, technische ICT-Hilfsmittel (Information-, Communication Technology) sowie eine adäquate Arbeitstechnik ein.

Die stetige Veränderung im Gesundheitswesen und die Weiterentwicklungen von Therapien erfordert, dass sich die PhaS konstant über die neusten regulatorischen und wettbewerblichen Veränderungen informieren.

Diese Erkenntnisse lassen sie in die Vorbereitung und Durchführung der Marktbearbeitung und Kundengespräche einfließen.

Bei der Bearbeitung von medizinischen Anfragen und Unterstützungsanfragen sind sich die PhaS der Reichweite ihrer Entscheidungskompetenz bewusst. Sie beziehen situativ andere Fachpersonen oder Vorgesetzte mit ein. Bei der Bearbeitung berücksichtigen die PhaS rechtliche, ethische und unternehmensspezifische Vorgaben.

Das breite Fachwissen setzen PhaS auch in den Handlungskompetenzbereichen (HK-Bereich) ‚Massnahmen im Arbeitsgebiet planen‘ und ‚Information und Beratung von Gruppierungen im Gesundheitswesen‘ ein. Eine weitere Verknüpfung dieser HK-Bereiche stellt das Wissen über steten Veränderungen im Gesundheitswesen und Schweizer Pharmamarkt dar.

Berufliche Handlungskompetenzen	Nähere thematische Bestimmungen / Ziele / Inhalte	Leistungskriterien
A1 – Kunden kennen und verstehen	Die PhaS verfügen über ein umfassendes (Gebiets)Verständnis ihrer Kunden.	Pharma-Spezialistinnen und Pharma-Spezialisten <ul style="list-style-type: none"> - planen Besuche gemäss Vorgaben und den vom Unternehmen vorgegebenen Kriterien (Segmentierung/Targeting) eines nachhaltigen Ressourcen-Einsatzes; - eignen sich ein umfassendes Verständnis der Erwartungen und Bedürfnisse ihrer Kunden an, um ein geschätzter Ansprechpartner zu werden; - formulieren das Ziel/die Ziele des Kundenbesuchs; - entscheiden über die Art der Vorbereitung je nach Ziel des Kundenbesuchs; - wählen unter Berücksichtigung regulatorischer Vorschriften aus den von der Unternehmung zur Verfügung gestellten Unterlagen und Materialien die geeigneten aus; - bereiten sich akkurat auf jeden Kundenbesuch/Kundengespräch vor; - aktualisieren ihre Kenntnisse des Arzneimittels gem. der neusten von Swissmedic publizierten Fachinformation (z.B. Indikationen, Wirkung, Nebenwirkungsprofil, Arzneimittelwechselwirkung), Abgrenzung zu anderen Medikationen; - informieren und beraten Kunden nach Vorgabe des Unternehmens; - setzen entsprechend dem Kunden und dem Ziel des Gespräches eine geeignete Vorgehensweise, Frage- und Argumentationstechniken ein; - gehen argumentativ auf die Bedürfnisse der Kunden ein; - erläutern dem Kunden die Indikationen, die Wirkung, das Nebenwirkungsprofil, mögliche Arzneimittelwechselwirkungen und die Abgrenzung zu anderen Medikationen; - zeigen den Beitrag von Arzneimitteln zum Therapieerfolg und im Behandlungspfad auf; - können Kundenanfragen zum Zulassungsprozess gemäss Heilmittelgesetz und zum Vergütungsprozess und –status gemäss Krankenversicherungsgesetz kompetent Auskunft geben;
A2 – Besuche gemäss Vorgaben planen, vorbereiten, durchführen und nachbearbeiten	Die PhaS organisieren die Kundenbesuche.	
A3 – Gesprächsziele festlegen	Die PhaS legen die Gesprächsziele für den Kundenbesuch fest.	
A4 – Gespräche vorbereiten: relevante Informationen und Dokumente für Gespräche aktualisieren	Die PhaS aktualisieren ihren Wissensstand über den Kunden bezogen auf das geplante Gespräch.	
A5 – Bedürfnisse der Fachpersonen rasch erkennen	Die PhaS erkennen die Bedürfnisse der Kunden rasch und gehen auf diese argumentativ ein.	
A6 – Fachpersonen über Arzneimittel umfassend und ausgewogen informieren	Die PhaS informieren Fachpersonen im Gesundheitswesen über verschiedene Aspekte der Arzneimittel.	
A7 – Den Fachpersonen den Beitrag des Arzneimittels zum Therapieerfolg und im Behandlungspfad aufzeigen	Die PhaS führen mit Fachpersonen im Gesundheitswesen ein Gespräch mit dem Ziel, sie vom Nutzen des Arzneimittels zu überzeugen.	
A8 – (Medizinische) Anfragen entgegennehmen und vorschriftsgemäss handhaben	Die PhaS bearbeiten und beantworten Anfragen zeitgerecht, im Rahmen der rechtlichen und unternehmerischen Vorgaben.	

Siehe auch nächste Seite

Fortsetzung der vorgängigen Seite		
A9 – Evaluieren, Einschätzen und Gewinnen von Neukunden, neue Produkte & Indikationserweiterungen im Markt vorstellen und einführen	Die PhaS schätzen Kunden ein, betreuen/gewinnen diese und führen neue Produkte und Indikationserweiterungen ein.	<ul style="list-style-type: none"> - verfügen über ein breites und tiefes Verständnis der Beeinflusser und Entscheider im geographischen Verantwortungsbereich, inkl. der Vernetzung des ambulanten und stationären Sektors im Therapiegebiet; - wägen zwischen Kundenbedürfnissen und Unternehmensinteressen ab; - achten auf ein gepflegtes Auftreten; - bearbeiten medizinische Anfragen von Kunden entsprechend deren Schwierigkeitsgrad selbständig oder mit fachlicher Unterstützung; - halten sich an sämtliche für sie verbindlichen SOPs (Standard Operating Procedures, d.h. Vorgehens- und Verfahrensregeln); - nehmen Unterstützungsanfragen professionell entgegen; - leiten Unterstützungsanfragen an die im Unternehmen zuständige Stelle weiter; - informieren den Kunden zeitgerecht über das Resultat der Abklärungen der Unterstützungsanfrage (Bewilligung, Vorschlag Alternative, Absage); - beachten die Qualitätsvorgaben, gesetzlichen Vorschriften sowie Kodizes der Industrie (Pharmakodex, Pharmakooperationskodex) und Ärzteschaft (wie z.B. SAMW-Richtlinien, H+ Code of Conduct); - leiten Reklamationen, Pharmakovigilanz-Meldungen (Adverse Events) und Anregungen für Produktverbesserung (sicherheits-, qualitäts- und ressourcenrelevante Aspekte wie z.B. Clean Production, Substitution von fossilen Substanzen durch nicht-fossile Rohstoffe und andere) an die im Unternehmen zuständige Stelle weiter; - beobachten den Markt und berichten dem Unternehmen über wichtige Veränderungen, ziehen daraus frühzeitig Schlüsse für ihre Marktbearbeitung; - führen neue Arzneimittel und/oder Indikationserweiterungen nach Vorgabe des Unternehmens im Markt ein und erweitern ihre Marktanteile; - organisieren selber oder nach Vorgaben Veranstaltungen mit Weiterbildungscharakter; - bilden sich laufend selbständig, u.a. durch Studium von Fachliteratur oder durch Besuch von Vorträgen an Kongressen und Symposien, weiter und sind bezüglich Branchen- wie z.B. Pharmakodex, Pharmakooperationskodex oder Unternehmensvorgaben wie SOPs (Standard Operating Proceures) immer auf dem neusten Stand.
A10 - Marktentwicklungen im Auge behalten, und routiniert sinnvolle Schlüsse für das Gebiet ziehen	Die PhaS beobachten den Markt und passen ihre Marktbearbeitung entsprechend an.	
A11 - Organisieren von Veranstaltungen, Besuch von Kongressen und Selbststudium zur eigenen Weiterbildung	Die PhaS organisieren Events und bilden sich laufend weiter.	
Persönliche / soziale Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> • Zuverlässigkeit • Beharrlichkeit • Selbständigkeit • gepflegte Umgangsformen • Organisationsfähig • Kommunikationsfähig • Belastbar und anpassungsfähig • Zukunftsorientierte Denkweise • Flexibilität • Empathie (Einfühlungsvermögen) • ethisches Handeln • Kundenorientierung • Lösungsorientiert • Sorgfältig 		

B Information und Beratung von Gruppierungen im Gesundheitswesen

Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs

Zu den Kernaufgaben der Pharma-Spezialistinnen und Pharma-Spezialisten (PhaS) gehört neben der Interaktion mit einzelnen Fachpersonen vermehrt auch die Information, Beratung und Betreuung von Gruppierungen, Grundversorger- und Spezialisten-Ärztetzwerken, HMOs, Spitalnetzwerken (und Kombinationen davon), Einkaufsgruppierungen und integrierten Versorgungsnetzen.

Die PhaS bauen Kontakte zu den Ansprechpersonen wie z.B. Fach- oder Administrativpersonen von diesen Gruppierungen und Netzwerken auf. Sie evaluieren und klären deren Bedarf ab und bieten, ggf. nach Rücksprache mit der im Unternehmen zuständigen Stelle, umfassende Produkte- und Dienstleistungspakete an. Sie erweitern und pflegen das Kontaktnetz bei diesen Gruppierungen und Netzwerken sukzessive und schaffen damit die Voraussetzungen für tragfähige und langfristige Kundenbeziehungen und den Ausbau des Geschäftsvolumens.

Die PhaS bilden sich in ihrem Fachbereich laufend weiter. Sie aktualisieren ihr Fachwissen im Selbststudium, wie auch durch den Besuch von unternehmensinternen und externen Weiterbildungsveranstaltungen.

Kontext

Die Betreuung der obenerwähnten Gruppierungen und Netzwerken im ambulanten und stationären Sektor gewinnt zunehmend an Bedeutung. Die PhaS beobachten die Veränderungen in diesem Markt und ihrer Kundenstruktur genau und berücksichtigen diese Erkenntnisse in ihren Aktivitätsplänen zur Pflege ihrer Produktportfolios (bestehende Produkte, neue aktive Substanzen und Indikationserweiterungen).

Zeichnen sich Veränderungen bei Netzwerken und Gruppierungen ab, so informieren sie das Unternehmen darüber frühzeitig und überprüfen ihre Aktivitäten inkl. Ressourceneinsatz rechtzeitig. Sie schlagen ihrer vorgesetzten Stelle adäquate Massnahmen für diese Kundengruppen vor und erstellen bei Bedarf spezifische Aktionspläne. Die genaue Ausrichtung der Massnahmen auf die Bedürfnisse und Potentiale der Zielgruppe ist von zentraler Bedeutung. Für die Präsentation ihrer Produkte und Dienstleistungen vor Gremien bereiten sich die PhaS entsprechend vor, ziehen gegebenenfalls fachliche Unterstützung bei und setzen der Situation angepasste Präsentationstechniken ein.

Durch ihr professionelles und kundenorientiertes Auftreten tragen die PhaS zur Reputation ihres Unternehmens bei. Durch ihre Aktivitäten knüpfen sie neue Kontakte zu Gruppierungen und Netzwerken, pflegen aber ebenso bestehende Beziehungen. Sie unterstützen die Planung und die Durchführung von Fortbildungsveranstaltungen.

Bei Bedarf arbeiten sie mit weiteren Personen ihres Unternehmens zusammen oder schlagen den Einbezug externer Fachexpertinnen und -experten vor. Bei allen Aktivitäten respektieren die PhaS die anwendbaren Kodizes sowie Gesetzes- und Unternehmensvorschriften.

Das breite Fachwissen sowie die Marktkenntnisse setzen PhaS in den Handlungskompetenzbereichen (HK-Bereich) ‚Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen und ‚Massnahmen im Arbeitsgebiete planen‘ ein. Eine weitere Verknüpfung dieser HK-Bereiche stellt das Wissen über aktuelle Veränderungen im Gesundheitswesen und Schweizer Pharmamarkt dar.

Berufliche Handlungskompetenzen	Nähere thematische Bestimmungen / Ziele / Inhalte	Leistungskriterien
B1 – Verschiedene Arten und Formen von Gruppierungen und Netzwerken erkennen und Marktbearbeitung darauf ausrichten	Die PhaS kennen sich bei Gruppierungen und Netzwerken aus und richten Ihre Marktbearbeitung adäquat auf diese aus.	Pharma-Spezialisten und Pharma-Spezialistinnen <ul style="list-style-type: none"> - erläutern die Funktionsweise von Gruppierungen und Netzwerken, ordnen verschiedene Akteure in ihr Kundenportfolio ein und passen ihre Marktbearbeitung darauf an; - bauen proaktiv den Kontakt zu Gruppierungen und Netzwerken auf und gewinnen neue Gruppierungen und Netzwerke; - bereiten die geeigneten Massnahmen für die Pflege von bestehenden Kunden vor (z.B. Besuche, Präsentationen, Massnahmen zum Erhalt oder Ausbau des Geschäftsvolumens); - berücksichtigen die speziell für die Planung der Kundenbesuche bei Netzwerken und Gruppen relevanten Aspekte, inklusive der nachhaltigen Ressourcennutzung; - organisieren Verhandlungen mit medizinischen, pharmazeutischen und administrativen Fachpersonen im ambulanten und stationären Sektor und nehmen ggf. an diesen teil; - bereiten sich gezielt auf Repräsentationsaufgaben z.B. an Fortbildungs- oder Netzwerkveranstaltungen vor und interagieren an diesen mit den Fachpersonen; - unterstützen die Verantwortlichen auf der Kunden- und Unternehmensseite bei der Planung und Durchführung von Fortbildungsveranstaltungen; - präsentieren ihre Produkte und Dienstleistungen vor Gremien und setzen geeignete Präsentations- und Verhandlungstechniken ein; - arbeiten bei Bedarf mit externen Fachexpertinnen und -experte oder Kolleginnen und Kollegen des Unternehmens zusammen; - beobachten den Markt und berichten dem Unternehmen über wichtige Veränderungen, ziehen daraus frühzeitig Schlüsse für ihre Marktbearbeitung; - pflegen das Produktportfolio (bestehende Produkte, neue aktive Substanzen, neue Indikationen) und erweitern ihre Marktanteile; - organisieren mit Kunden Weiterbildungsveranstaltungen;
B2 – Geeignete Massnahmen für die Pflege von Gruppierungen und Netzwerken entwickeln	Die PhaS entscheiden über adäquate Massnahmen um Netzwerke optimal zu betreuen.	
B3 – Zu Gruppierungen Kontakte knüpfen und pflegen	Die PhaS suchen aktiv den Kontakt zu Gruppierungen im Gesundheitswesen und pflegen langfristig den Kontakt zu Ihnen.	
B4 – Verhandlungen mit Netzwerken und Gruppierungen initiieren und mitgestalten	Die PhaS nehmen Bedürfnisse nach Verhandlungen wahr oder regen diese an.	
B5 – Arzneimittel und Dienstleistungen vor Netzwerken und Gruppierungen präsentieren	Die PhaS präsentieren vor Gremien ihre Arzneimittel (Indikationen, Wirkung, Nebenwirkungsprofil, Arzneimittelwechselwirkung, Abgrenzung zu anderen Medikationen und Nutzen) und Dienstleistungen.	
B6 – Mit internen und externen Fachexpertinnen und -experten zusammenarbeiten	Die PhaS interagieren mit verschiedenen Fachexpertinnen und -experten auf der Kundenseite.	
B7 – Netzwerke und Gruppierungen pflegen und neue gewinnen	Die PhaS pflegen bestehende und gewinnen neue Netzwerke und Gruppierungen.	
B8 – Anfragen und Informationen entgegennehmen und vorschriftsgemäss handhaben	Die PhaS bearbeiten und beantworten Anfragen zeitgerecht, im Rahmen der rechtlichen und unternehmerischen Vorgaben.	

Siehe auch nächste Seite

Fortsetzung der vorgängigen Seite

<p>B9 – Evaluieren, Einschätzen und Gewinnen von Neukunden, neue Produkte & Indikationserweiterungen im Markt vorstellen und einführen</p>	<p>Die PhaS evaluieren und klären den Bedarf von Gruppierungen/Netzwerken ein, betreuen/gewinnen diese und pflegen das Produktportfolio.</p>	<p>- bilden sich laufend selbständig, u.a. durch Studium von Fachliteratur und Medienberichterstattung in ihrem Gebiet oder durch Besuch von Vorträgen an Kongressen und Symposien weiter.</p>
<p>B10 - Marktentwicklungen im Auge behalten, und routiniert sinnvolle Schlüsse für das Gebiet ziehen</p>	<p>Die PhaS beobachten den Markt und passen ihre Marktbearbeitung entsprechend an</p>	
<p>B11 - Organisieren von Veranstaltungen, Besuch von Kongressen und Selbststudium zur eigenen Weiterbildung</p>	<p>Die PhaS organisieren Events und bilden sich laufend weiter</p>	
<p>Persönliche / soziale Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zuverlässig • Selbstständig • Beharrlich • gepflegte Umgangsformen • Organisationsfähig • Kommunikationsfähig • Zukunftsorientierte Denkweise • Flexibel • Empathisch (Einfühlungsvermögen) • ethisches Handeln • Kundenorientiert • Teamfähig 		

C Massnahmen im Arbeitsgebiet planen

Beschreibung des Handlungskompetenzbereichs

Die erfolgreiche Kundenbetreuung von Fachpersonen im Gesundheitswesen im ambulanten und stationären Sektor, inkl. Gruppierungen und Netzwerke (gem. HK B) setzt eine genaue Analyse des Marktes, der Kundenbedürfnisse und -daten und die umfassende Gebietsplanung (territory business plan) voraus. Die Pharma-Spezialistinnen und Pharma-Spezialisten (PhaS) analysieren die verschiedenen Marktdaten für ihren Verantwortungsbereich. Auf dieser Basis erstellen sie regelmässig einen Besuchs- und Aktivitätsplan, den die PhaS mit ihrer vorgesetzten Stelle absprechen und dann selbständig umsetzen. Die Besuchsvereinbarung wird – je nach Disponibilität der Kunden – mittelfristig- und die Routenplanung kurzfristig vorbereitet.

Die PhaS bilden sich in ihrem Fachbereich laufend weiter. Sie aktualisieren ihr Fachwissen im Selbststudium, wie auch durch den Besuch von unternehmensinternen und externen Weiterbildungsveranstaltungen.

Kontext

Die PhaS bereiten die Marktbearbeitung im Home-office (Heimbüro) oder im Büro vor. Sie aktualisieren und konsultieren ihre Aktivitäten und Kundendaten im (elektronischen) Rapport- oder Customer-Relationship-Management-System (CRM). Sie verfügen über das notwendige Wissen, um ein geographisches Gebiet umfassend zu analysieren (Gebietsanalyse) und darauf basierend adäquate Gebiets- und Kundenbearbeitungsmassnahmen zu erarbeiten (Gebietsplan).

Die genauen Kenntnisse der Kundenstruktur, der Kundenbedürfnisse, des Kundenverhaltens, der Umsatz- und Marktentwicklung der eigenen Produkte und die der Konkurrenz sind zentrale Voraussetzungen für eine erfolgreiche Tätigkeit. Diese Erkenntnisse erlauben den PhaS praxisorientierte Massnahmen zu planen und erfolgreich umzusetzen.

Zur Aktualisierung und Erweiterung des eigenen Fach- und Marktwissens nehmen PhaS an unternehmensinternen und externen Weiterbildungsaktivitäten teil und informieren sich laufend selbständig über neue Entwicklungen im regulatorischen Umfeld ihrer Arzneimittel, über andere Therapien und das Gesundheitsumfeld. Ihr Fachwissen erweitern sie zudem in der Auseinandersetzung mit klinischen Studien und Fachliteratur. Ihr breites Fachwissen macht die PhaS zu geschätzten Ansprechpartnern für Fachpersonen im Gesundheitswesen.

Das breite medizinische und pharmazeutische Fachwissen setzen PhaS in den Handlungskompetenzbereichen (HK-Bereich), Beratungsgespräche mit Fachpersonen im Gesundheitswesen führen und ‚Information und Beratung von Gruppierungen im Gesundheitswesen‘ ein. Eine weitere Verknüpfung dieser HK-Bereiche stellt das Wissen über aktuelle Veränderungen im Gesundheitswesen und Schweizer Pharmamarkt dar.

Berufliche Handlungskompetenzen	Nähere thematische Bestimmungen / Ziele / Inhalte	Leistungskriterien
C1 – Relevante Informationen, Daten und Entwicklungen regelmässig analysieren, aktualisieren und interpretieren	Die PhaS erstellen selbständig eine umfassende Gebietsanalyse und beobachten die Veränderung in der Markt- und Kundenstruktur fortlaufend.	Pharma-Spezialisten und Pharma-Spezialistinnen <ul style="list-style-type: none"> - analysieren die Bedürfnisse der Kunden; - verarbeiten laufend Daten und Informationen für ihre Gebietsanalyse und aktualisieren diese regelmässig; - leiten Massnahmen für ihren Verantwortungsbereich aus den Zielgruppen- und Kontaktvorgaben sowie Unternehmensvorgaben und den analysierten Daten ab; - erstellen die Aktivitätsplanung in ihrem Verantwortungsbereich (Gebietsplan) und aktualisieren diese regelmässig; - führen kundenorientierte Marketing / Verkaufsaktivitäten effizient, gemäss Vorgaben aus und kontrollieren deren Zielerreichung; - wenden das (elektronische) Rapport- oder CRM System korrekt an. - vereinbaren Kundenbesuche; - achten bei der Planung der Kundenbesuche auf eine effiziente Routenplanung sowie auf eine nachhaltige Nutzung der Ressourcen („kombinierte Mobilität“); - wählen das rationellste Transportmittel aus; - informieren sich regelmässig über die neusten Entwicklungen (z.B. im Gesundheitswesen, bei Arzneimitteln und Therapien und im Pharmamarkt); - setzen sich vertieft mit klinischen Studien und Fachliteratur auseinander; - erweitern und aktualisieren ihr Fachwissen durch die Teilnahme an Kongressen oder Fortbildungsveranstaltungen und durch Selbststudium.
C2 – Aktivitäten und Massnahmenplan aus Ziel- und Kontaktvorgaben und Kundenbedürfnissen erstellen und umsetzen	Die PhaS erarbeiten selbständig einen Massnahmenplan inkl. Budget (Gebietsplan), stimmen ihn mit dem Unternehmen ab und setzen die abgeleiteten Aktivitäten um.	
C3 – Reiseaktivitäten effizient und umweltbewusst planen	Die PhaS bereiten ihre Kundenbesuche vor und planen die Route.	
C4 – Fach- und Marktwissen durch Studium von Studien und Fachliteratur, Medienberichterstattung sowie Teilnahme an Veranstaltungen auf dem neusten Stand halten	Die PhaS vergrössern ihr Fach- und Marktwissen ständig und informieren sich über die neusten Entwicklungen.	
Persönliche / soziale Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> • Zuverlässigkeit • prozessorientiertes, vernetztes Denken und Handeln • Selbständigkeit • gepflegte Umgangsformen • Synthesefähigkeit • Organisationsfähigkeit • unternehmerisches Denken und Handeln • Kommunikationsfähigkeit • zukunftsorientierte Denkweise • Lernfähigkeit 		