

- 10.3 können den zukünftigen Ertrag einer Investition oder einer strategischen Entscheidung im Bereich der Apotheke abschätzen.
- 10.4 optimieren Einkauf und Lagerhaltung der Apotheke durch adäquate Maßnahmen und kalkulieren Preise betriebswirtschaftlich sinnvoll.

11 Marketing in der Apotheke

Weitergebildete Apotheker und Apothekerinnen kennen die Grundlagen von Marketingkonzepten, entwickeln Marketinginstrumente im Rahmen des Marketing-Mixes der Apotheke, setzen diese sinnvoll ein und evaluieren ihre Wirkung.

Weitergebildete Apothekerinnen und Apotheker

- 11.1 verstehen, dass ein modernes Marketingkonzept die Definition von Marketingzielen, die Entwicklung einer Marketingstrategie sowie die Ableitung von Maßnahmen umfasst.
- 11.2 nutzen Ergebnisse der Marktforschung für das Marketingkonzept der Apotheke.
- 11.3 planen den Einsatz von Marketinginstrumenten im Rahmen eines sinnvollen Marketing-Mixes (Produkt-, Preis-, Kommunikation-, Distributionspolitik) gezielt, begleiten deren Realisierung und evaluieren die Wirkung.
- 11.4 kennen heilberuflichen Netzwerke im Umkreis und bringen sich mit ihren Kompetenzen in diese Netzwerke ein.

12 Digitale Kompetenzen

Weitergebildete Apotheker und Apothekerinnen nutzen digitale Medien und Anwendungen in der Apotheke sowie Daten und Informationen, generieren Wissen aus Daten und leiten daraus kompetent Entscheidungen ab.

Weitergebildete Apothekerinnen und Apotheker

- 12.1 beurteilen die Möglichkeiten, Grenzen und Risiken digitaler Kommunikation sowie der digitalen Warenwirtschaft und Dokumentation in der Apotheke.
- 12.2 nutzen Daten und Informationen aus pharmazeutischen Expertensystemen und leiten daraus kompetent Entscheidungen ab.
- 12.3 wenden Kriterien zur Prüfung der Qualität und Unabhängigkeit von Gesundheitsapps an.
- 12.4 identifizieren Risiken in Bezug auf Datensicherheit und Datenschutz.