

Inhaltsverzeichnis

1	Das digitale patientenzentrierte Pharmaunternehmen	1
	Werner Bleilevens und Julia Schenk	
2	Welche Auswirkungen hat die Digitale Transformation auf das Unternehmensrecruiting in der Pharmaindustrie?	17
	Jürgen Stoll, Claudia Gschwind und Alexandra Krahl	
3	Potenziale und Trends der Digitalisierung in der Pharmaindustrie im Kontext von E-Health	33
	Lars Schweizer und Christian Johannes Hüning	
4	2D & 3D-Print-Technologien in der pharmazeutischen Industrie	53
	Markus Dachtler, Gerald Huber und Tanja Pries	
5	Digitale Patient Centricity – die App „Tebonin® – Übungen gegen Schwindel“	67
	Martin Burkart, Dietrich Bender, Rosa Markarian, Traugott Ullrich und Vera Wimmenauer	
6	Chancen, Risiken und Pflichten in der patientenorientierten digitalen Gesundheitskommunikation	91
	Denis Haßing und Horst-H. Müther	
7	Digitale Kommunikation am Beispiel Apothekenmarkt	119
	Steffen Nold	
8	Digitalisierung im pharmazeutischen Großhandel am Beispiel des MSV3-Standards	133
	Michael Dammann	
9	Science First, Sales Second! Transformation im Vertrieb in Pharma-Deutschland, von analog bis digital	145
	Alexandra Trudnowski, Sandra Schwarte und Julia Beyer	

10 Herausforderung im Multichannel-Management in der Pharma: vom Kontentplan und Kanalwahl hin zur effektiven Vernetzung und Synchronisation der Kanäle	165
Kerstin Dehn, Christin Eckardt, Alin Vazquez Vargas und Friedrich Erath	
11 Paradigmenwechsel in der Pharmabranche: Precision Medicine	179
Erik Rederer und Gerald Huber	
12 Auf dem Weg zur Präzisionsonkologie: Biomarker, molekulargenetische Tumorprofile und Big Data	193
Claudia Ivascu	
13 Die Bedeutung von Big Data für klinische Entwicklungen und den Marktzugang	209
Jörg Tomczkowski, Sven Dillenburger und Joerg Mahlich	
14 From Data to Vial: Der Einfluss vertikaler IT-Integration auf den Erfolg von CDMOs	241
Wolfram Schulze, Claus Michael Sattler und Florian Schneider	
15 IOT basierte Sensor Systeme für Applikationen im Gesundheitswesen	259
Mark Wolff, Stijn Rogiers, Soundarya Palanisamy, Julijana Dukanovic, Ittipan Kanluan, Oliver Hilgers, Markus Dachtler und Admir Kulin	
16 Das digitale Versorgungsangebot an Patienten seitens pharmazeutischer Unternehmen	277
Anisa Idris und Wolfgang-Moritz Heupel	
17 Bewertung von medizinisch-digitalen Anwendungen und deren Anbieter aus der Perspektive eines Pharmaunternehmens	301
Carolin Helmer, Herdis Bender, Martin Bierbaum und Maximilian Wambach	
Erratum zu: Science First, Sales Second! Transformation im Vertrieb in Pharma-Deutschland, von analog bis digital	E1
Stichwortverzeichnis	317