

1. Record Nr.	UNINA9910484620503321
Autore	Zippel Claus
Titolo	Die Bedeutung von Post Market-Management in der Medizintechnik : Qualität – Innovation – Wissen // von Claus Zippel
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-15587-6
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (380 p.)
Disciplina	650
Soggetti	Leadership Management Industrial management Knowledge management Business Strategy/Leadership Innovation/Technology Management Knowledge Management
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and indexes.
Nota di contenuto	Die Medizinprodukte-Branche in Deutschland -- Post Market Surveillance als Wissensquelle für Qualitäts- und Innovationsmanagement -- Befragung zum Management von Post Market Surveillance-Wissen in der Medizintechnik -- Ansatzpunkte zur Implementierung eines Post Market-Managements in Medizinprodukte- Unternehmen.
Sommario/riassunto	Auf Basis theoretischer Überlegungen und Daten einer bundesweiten Befragung zeigt der Autor, dass durch Post Market Surveillance generiertes Wissen in F&E-Abteilungen von Medizinprodukte- Herstellern wertvolle Impulse für Neuprodukte bzw. die stetige Verbesserung bereits vorhandener Produkte und -prozesse bieten kann. Darauf aufbauend gibt er praxisnahe Empfehlungen für Hersteller zur Umsetzung eines strategischen Post Market-Managements in den Bereichen EDV, Organisation und Personalmanagement, um somit den Anforderungen des sich intensivierenden Wettbewerbs in der Medizintechnik durch innovative Ideen begegnen zu können. Der Inhalt

• Die Medizinprodukte-Branche in Deutschland • Post Market Surveillance als Wissensquelle für Qualitäts- und Innovationsmanagement • Befragung zum Management von Post Market Surveillance-Wissen in der Medizintechnik • Ansatzpunkte zur Implementierung eines Post Market-Managements in Medizinprodukte-Unternehmen Die Zielgruppen • Dozierende und Studierende der Wirtschaftswissenschaften und Medizintechnik • Fach- und Führungskräfte in Medizinprodukte-Unternehmen Der Autor Claus Zippel, Dipl.-Kfm., promovierte nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim parallel zur Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko an der Universität Witten/Herdecke im Fachgebiet Gesundheitswirtschaft. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Personal-, Risiko- und Innovationsmanagement.
