

Aktuelles Nachrichten Info-Börse

pharmind Aspekte

Rahner, E. V/85
Prävention wird ein wesentlicher Bestandteil der zukünftigen Gesundheitspolitik sein / Kosten und Einsparpotentiale im Rahmen der Krankheitsfrüherkennung sind noch wenig transparent

pharmind Streiflichter

Fink-Anthe, C. V/88
Pharmaforschung auf dem Prüfstand

pharmind Aus Wissenschaft und Forschung

Reitz, M. V/91
Biofilme

pharmind Aktuelles

VFA: Wende in der Forschungspolitik erforderlich / Studie von Boston Consulting zur Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands als Standort für Arzneimittelforschung und -entwicklung · BgVV: Zellversuche statt Versuchstiere V/94

pharmind Info-Börse

EuGH zu umverpackten Arzneimitteln · Biotechnologie · Patent auf „Krebsmaus“ · Pharma Kodex 2002 · Firmen · Länder V/97

pharmind In Wort und Bild

Boehringer Ingelheim · GlaxoSmithKline · V/103
Alois Alzheimer Award · Hermann-Emminghaus-Preis · Preis „Molecular Bioanalytics“

pharmind Veranstaltungshinweise

V/105

Arzneimittelwesen Gesundheitspolitik Industrie und Gesellschaft

pharmind Pharma-Markt

Patzlaff, M. M. 405
Standort Deutschland für Pharma-Innovation und -Entwicklung / Bericht vom 18. Jahreskongreß der Deutschen Gesellschaft für Pharmazeutische Medizin e.V. (DGPharMed) am 14./15. März 2002 in München zum Thema „Standort Deutschland für Innovation und Entwicklung von Pharmaka, Biotechnologie und Medizinprodukten“

pharmind Gesundheitswesen

Ahrens, H. J. 412
Perspektiven zur Weiterentwicklung der GKV / Reformelemente in der Diskussion
May, U. 418
Effekte staatlicher Regulierungen auf das Nachfrageverhalten von OTC-Anwendern / Teil 3: Effekte von Preisregulierungen

pharmind Arzneimittel

Walluf-Blume, D. 424
Selbstmedikation an der Schwelle zum neuen Jahrtausend / Bericht zur aktuellen Lage
Giesel, B., Klein, F., Dittberner, H., Landsbeck, E., Kroth, E., Golly, I. 428
Zur Bewertung von Arzneimittelrisiken / Planung und Durchführung von Literaturrecherchen – Eine neue Herausforderung für die Pharmaindustrie

pharmind Fachthemen

Niehaus, A., Zeiner, R. 436
Marketingexzellenz als Erfolgsfaktor im Pharmamarkt / Teil 1: Customer Relationship Management – ein wirkungsvoller Ansatz zur Steigerung des Unternehmenswertes für die forschende Arzneimittelindustrie