

Weiterbildung Fachtitel in Offizinpharmazie

Kurzinformation

22.01.2020

Eckdaten der Weiterbildung

Dauer und Umfang:

- **Dauer:** 2-5 Jahre
- **Umfang:**
100 Tage (5'000 FPH-Punkte), davon
40 Tage (2'000 FPH-Punkte) Selbststudium
- **Offizintätigkeit:** Pensum 80% über 2 Jahren
(tieferes Pensum → längere Dauer;
Mindestpensum: 50%)

Betreuung:

- **Weiterbildner:** Offizinapotheker mit BAB
(Mindestpensum: 50%)
- **Weiterbildungsstätte:** öffentliche Apotheke
mit QMS

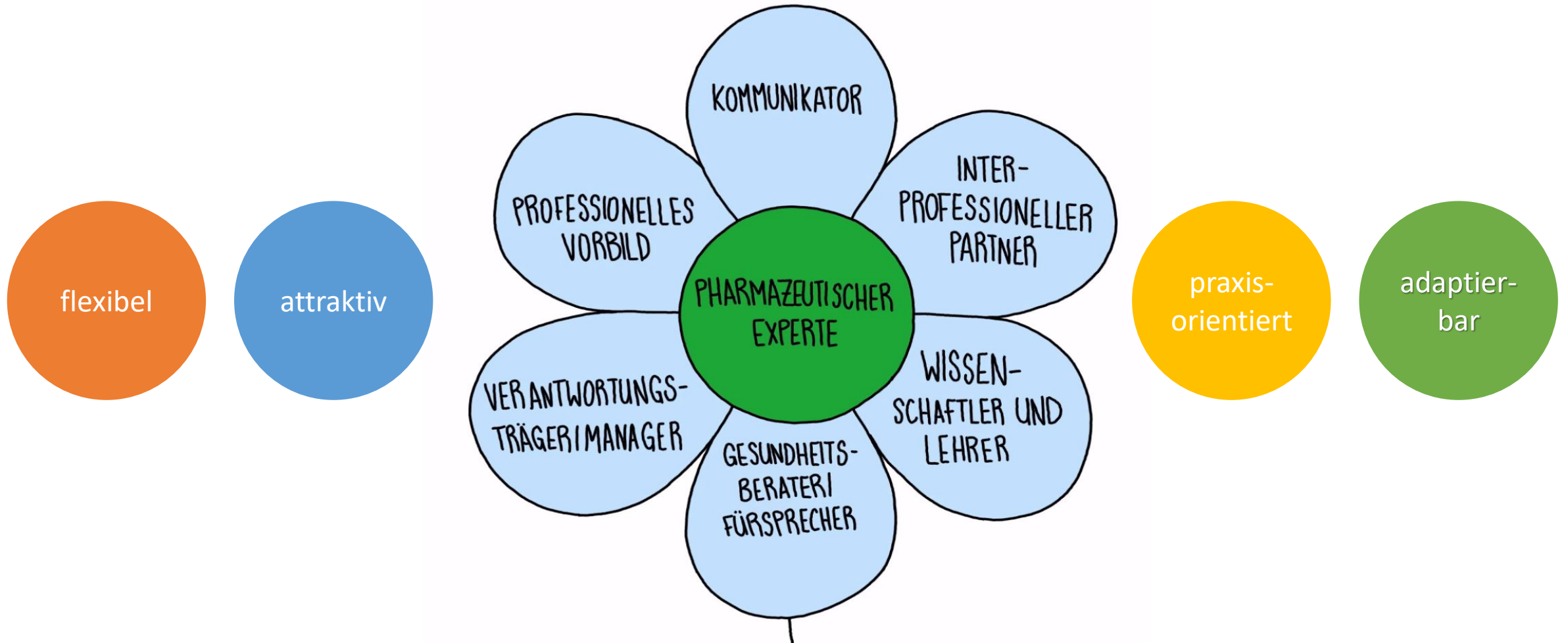
Ziel: Erfüllen der Lernziele mit...

Selbststudium	Bis 40 Tage
----------------------	-------------

Veranstaltungen	60 Tage
Praxisarbeiten	(Anzahl Tage Theorie vs. Praxis ist individuell durch WzB wählbar)

	100 Tage
--	----------

Die 7 Rollen der Weiterbildung



Lernzielkatalog

- 7 Rollen (Umfang in Tagen **verbindlich**) mit

- mehreren Inhaltsthemen (➡) pro Rolle

Umfang = verbindlich

Pro Inhaltsthema

- je 1 fettgedrucktes Lernziel (**verbindlich**)
- mehrere Präzisierungen (unverbindlich)
- 1 Zeitrictwert (Hinweis auf Gewichtung; unverbindlich)

Umfang total: 14 Tage

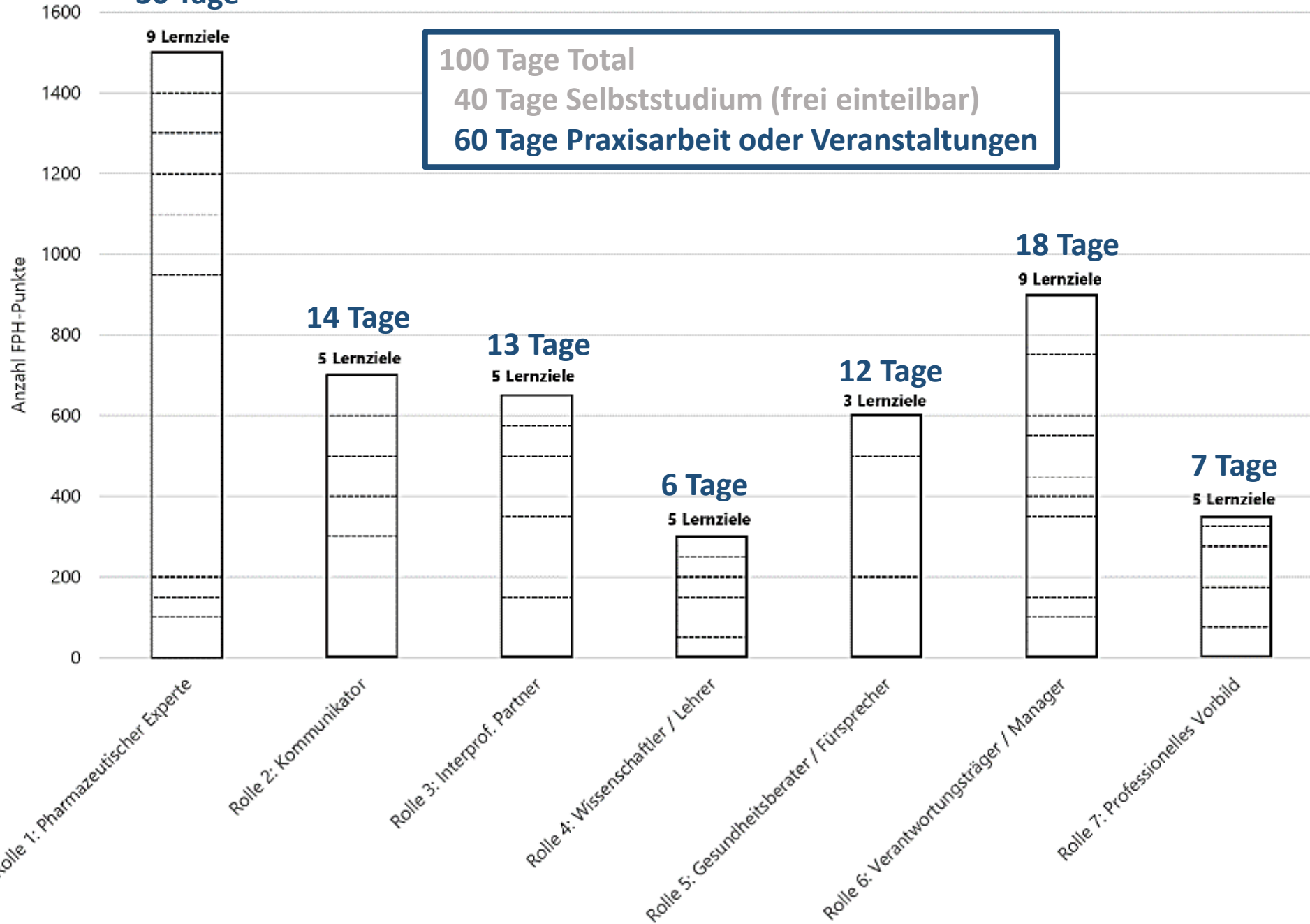
Rolle 2: Kommunikator / Kommunikatorin	
Rollenbeschreibung: In seiner / ihrer Funktion als Kommunikator / Kommunikatorin nimmt er / sie Kontakt mit Kunden, Patienten, Mitarbeitern, Ärzten, Gesundheitspersonal auf und vermittelt seine / ihre Empfehlungen und Einschätzungen ziel-, situativ und lösungsorientiert. Er / Sie pflegt einen der Situation angepassten Austausch mit den Beteiligten.	
Kompetenzziele:	
Wissen	Der Absolvent / die Absolventin kennt... ...die Kommunikationsgrundlagen.
Fertigkeiten	Der Absolvent / die Absolventin kann... ...mit Kunden und Patienten professionell kommunizieren. ...mit Mitarbeitenden, anderen Gesundheitsfachpersonen und weiteren relevanten Anspruchsgruppen professionell kommunizieren.
Einstellungen	Der Absolvent / die Absolventin zeigt eine positive Einstellung... ...gegenüber Kommunikation mit verschiedenen Zielgruppen.

Fettgedrucktes Lernziel = verbindlich

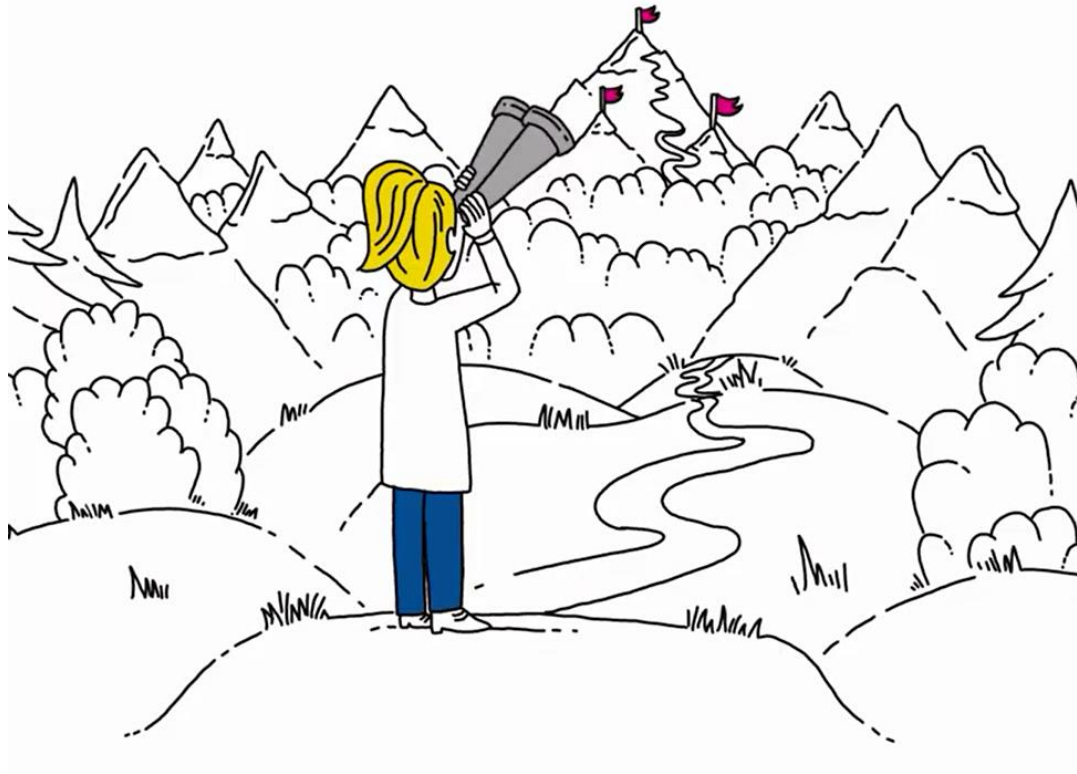
Inhaltsthema	Lernziele	Zeitrictwert
➡ 1. Kommunikation	<p>Der Offizinapotheker / die Offizinapothekerin kommuniziert mit verschiedenen Zielgruppen (z. B. Kunden, Patienten, Mitarbeitenden, Ärzten, Gesundheitspersonal) differenziert und lösungsorientiert.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Er / Sie reflektiert kritisch das eigene Kommunikationsverhalten auf der Basis von theoretischen Kommunikationsmodellen in verschiedenen Situationen. 2. Er / Sie kommuniziert klar und verständlich, argumentativ überzeugend und selbstsicher. 3. Er / Sie nimmt differenziert Kommunikation von verschiedenen Gesprächspartnern (z. B. Kunden, Patienten, Mitarbeitenden) in verschiedenen Kontexten (z. B. Beratungsgespräch, Beschwerdegespräch, Mitarbeitergespräch, Abmahnung) wahr und analysiert diese. 4. Er / Sie gestaltet mit Hilfe von Gesprächsführungstechniken (z. B. aktives Zuhören, Frageformulierung, Paraphrasierungen, Feedback-Technik) ein Gespräch situativ adäquat und zielgerichtet. 5. Er / Sie wirkt durch Kommunikation auf das Verhalten von Gesprächspartnern positiv ein (z. B. Motivationsgespräch zur Patienten-Adhärenz). 6. Er / Sie erkennt mögliche Konflikte in Situationen mit Kunden und Mitarbeitenden und führt mit Hilfe von Kommunikation eine Konfliktklärung herbei. 7. Er / Sie entwickelt Leitfäden für schwierige Gespräche (z. B. Mitarbeitergespräche, Kundengespräche, Gespräche mit Gesundheitspersonal) und führt Konfliktgespräche lösungsorientiert. 8. Er / Sie managt seine / ihre eigene Kommunikation in Ausnahmesituationen (z. B. Krisensituationen, Gefahr durch Raubüberfall oder Bedrohung). 9. Er / Sie gestaltet seine / ihre Kommunikation aktiv unter dem Aspekt des Selbstmarketings. 	6 Tage
➡ 2. Inhaltsvermittlung	<p>Der Offizinapotheker / die Offizinapothekerin vermittelt relevante Inhalte schriftlich und mündlich überzeugend und differenziert an verschiedene Anspruchsgruppen (z. B. Ärzte, Institutionen, Politiker, Journalisten, Mitarbeitende, Kunden, Patienten).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Er / Sie strukturiert die relevanten Inhalte übersichtlich und verständlich. 2. Er / Sie schätzt die Informationsqualität verschiedener Informationsquellen ein und wählt geeignete Informationen aus. 3. Er / Sie bereitet die Inhalte zielgruppenspezifisch auf und passt die Komplexität der Zielgruppe und gemäss dem Bedarf an. 4. Er / Sie sucht geeignete Formate (z. B. Inserate, Internet-Präsentation, PR-Texte, Schulungspräsentation) aus, um die Inhalte zu vermitteln und gestaltet die dafür erforderlichen Medien (z. B. Texte, Visualisierungen, Plakate). 	2 Tage

Logbuch: Lernziele nach Rollen

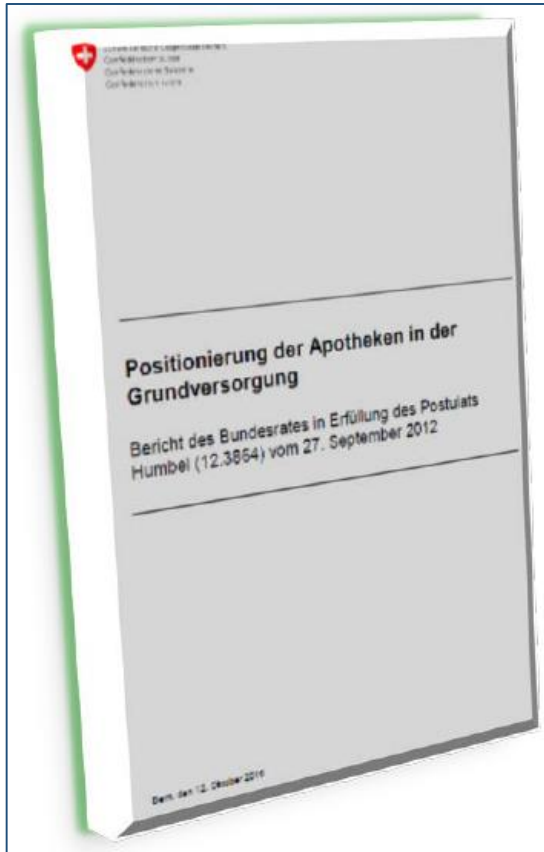
30 Tage



Wo wollen wir hin? was braucht es für den «Kulturwechsel»?



Der Apotheker als Grundversorger: Grundlagen sind gegeben



Bundesgesetz über die universitären Medizinalberufe (Medizinalberufegesetz, MedBG)

811.11

vom 23. Juni 2006 (Stand am 1. Januar 2018)

Bundesgesetz über Arzneimittel und Medizinprodukte (Heilmittelgesetz, HMG)

vom 15. Dezember 2000 (Stand am 1. Januar 2020)

812.21

18.4079 Motion

Kostendämpfende Apothekerleistungen ermöglichen

Eingereicht von:

Ettlin Erich
CVP-Fraktion
Christlichdemokratische Volkspartei der Schweiz



Einreichungsdatum:

28.09.2018

Eingereicht im:

Ständerat

Stand der Beratung:

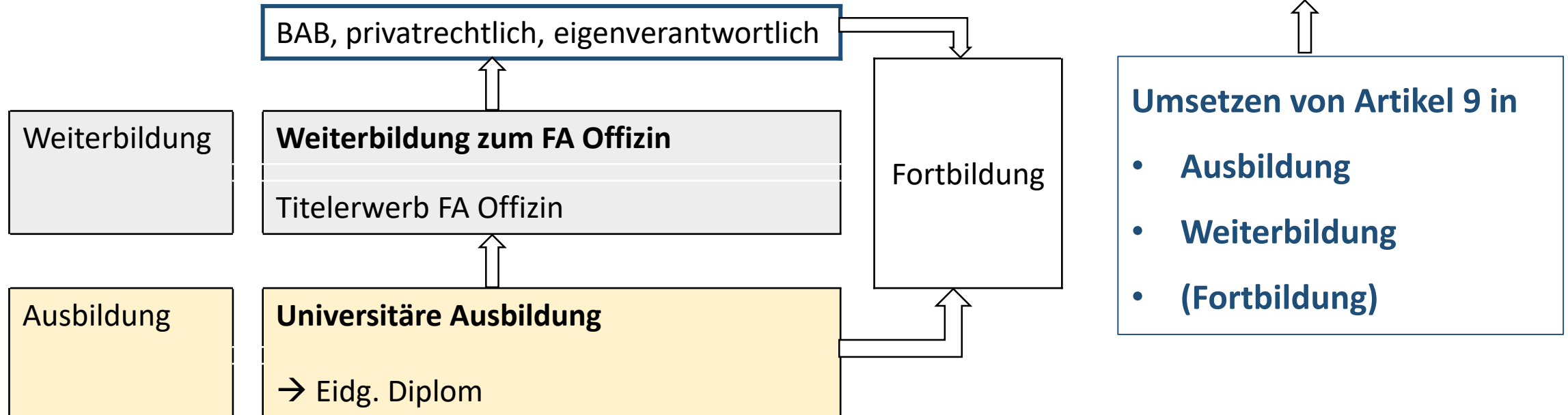
Im Rat noch nicht behandelt

Eingereichter Text

Der Bundesrat wird beauftragt, das Krankenversicherungsgesetz so anzupassen, dass es möglich wird, für Tarifpartner kostendämpfende Apothekerleistungen auch ohne Abgabe von Medikamenten in der OKP abzugelten sowie für Apotheker, die sich an OKP-mitfinanzierten kantonalen oder nationalen Präventionsprogrammen beteiligen, auch abgegolten zu werden.

Der Apotheker als Grundversorger

Die Umsetzung



f.¹⁴ übernehmen Aufgaben zur Förderung und Erhaltung der Gesundheit sowie zur Verhütung von Krankheiten und erwerben die entsprechenden Kompetenzen, insbesondere bei Impfungen;

h.¹⁵ sind mit den Aufgaben der verschiedenen Fachpersonen in der medizinischen Grundversorgung vertraut;

i.¹⁶ kennen und verstehen namentlich die Prinzipien und die fachlichen Grundlagen für die Herstellung, die Abgabe, den Vertrieb, die Dokumentation und die Entsorgung komplementärmedizinischer Arzneimittel und die entsprechenden rechtlichen Vorschriften;

j.¹⁷ haben angemessene Grundkenntnisse über Diagnose und Behandlung häufiger Gesundheitsstörungen und Krankheiten.

Wo wollen wir hin?

Grundversorger

Kompetent

Medikamentenmanager

Interprofessioneller Partner

Dienstleister

Diagnose & Therapie

eigenverantwortlich

Impfexperte

Verankert in der Bevölkerung

Entscheidungsträger

Kompetent

Hersteller

Fachhändler

**Die Fach-Apothekerin/
Der Fach-Apotheker**

Leistungserbringer

