



Intensiv-Seminar
22. November 2011
Frankfurt/Main

BIOMETRIE, MEDIZIN UND MARKETING – EFFIZIENTE ZUSAMMENARBEIT IN DER KLINISCHEN FORSCHUNG

- *Denkweisen*
- *Ansätze*
- *Problemlösungsstrategien*

Erfolgreiche
Planung &
Durchführung
einer klinischen
Studie

- Verständnis wecken
- Gemeinsamkeiten pflegen
- Hindernisse überwinden



Dr. rer. nat. Jens Milde

*Leiter Klinische Forschung
PHARMALOG Institut für klinische Forschung GmbH, München*



Holger Stammer

*Dipl. Statistiker
Leiter Biometrie und Geschäftsführer
PHARMALOG Institut für klinische Forschung GmbH, München*



AKADEMIE
FÜR FORTBILDUNG
HEIDELBERG



Strategisches Vorgehen bei der Planung & Durchführung klinischer Studien

REFERENTEN

Dr. rer. nat. Jens Milde

Leiter Klinische Forschung
PHARMALOG Institut für klinische
Forschung GmbH, München



Nach seinem Studium zum Diplom-Agraringenieur nahm Herr Dr. Milde seine Tätigkeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Phytopathologie und Phytomedizin im Labor für Angewandte Biochemie an der TU München-Weihenstephan auf. Seine Laufbahn führte ihn zunächst als Projektleiter Klinische Forschung und wissenschaftlicher Mitarbeiter der Med.-Wiss. Abteilung zur Strathmann Biotech AG und später zur Strathmann AG nach Hamburg. Seit 2007 ist er als Projektmanager beim PHARMALOG Institut für klinische Forschung in München tätig. Zum heutigen Zeitpunkt ist Herr Dr. Milde mit der Leitung der Abteilung Klinische Forschung betraut.

Holger Stammer

Dipl. Statistiker
Leiter Biometrie und
Geschäftsführer
PHARMALOG Institut für klinische
Forschung GmbH, München



Nach seinem Abschluss zum Diplom-Statistiker nahm Herr Stammer seine Arbeit am Institut für numerische Statistik (IFNS) in Köln auf. Er führte diese am Institut für klinische Pharmakologie (IPHAR) in München weiter, wo er zuletzt die Abteilung Biometrie und Datenmanagement leitete. In gleicher Position war er zunächst bei SmithKline Beecham in München tätig und zeichnete sich anschließend bei GlaxoSmithKline (GSK) in München für die Abteilung „Observational Study Services“ verantwortlich. Seit August 2004 ist er Leiter Biometrie und seit 2006 Geschäftsführer bei der PHARMALOG Institut für klinische Forschung GmbH.

SEMINARZIEL Anhand der Planung, Durchführung und Berichterstellung einer klinischen Studie werden Projektpunkte herausgearbeitet an denen die verschiedenen Ansätze von Biometrie, Medizin und Marketing besonders zum Tragen kommen. Diese Auffassungsunterschiede führen immer wieder zu kontroversen Diskussionen der beteiligten Fachrichtungen und behindern schließlich die Projektdurchführung oder lassen diese nicht optimal gestalten.

In diesem Seminar sollen Wege aufgezeigt werden, wie diese Problempunkte im Vorfeld durch gegenseitiges Verständnis, eine gute Absprache und Planung der beteiligten Bereiche verhindert werden können. Es besteht ausreichend Gelegenheit, Ihre ganz persönlichen Fragestellungen an die Referenten zu adressieren und mit den Teilnehmern zu diskutieren.

SEMINARHINWEISE

Grundlagen der Statistik in der klinischen Forschung

30. Juni 2011, Frankfurt/Main
Seminar-Nummer: 11 06 PK820

Monitoring von klinischen Prüfungen mit Arzneimitteln

4./5. Oktober 2011, Heidelberg
Seminar-Nummer: 11 10 PK150

Proketmanagement in klinischen Studien

Herbst 2011

TEILNEHMERKREIS Dieses Seminar richtet sich an Leiter und Mitarbeiter der Fachbereiche Biometrie, Medizin und Marketing in der pharmazeutischen Industrie sowie an Vertreter der Koordinierungszentren für Klinische Studien (KKS) und an CROs, die die Abläufe abteilungsübergreifend harmonisieren wollen.

BEGRENZTE TEILNEHMERZAHL

Die Veranstaltung ist auf 15 Teilnehmer begrenzt, um einen optimalen Lernerfolg zu gewährleisten.

INHOUSE-SCHULUNG Dieses Angebot kann auch als Inhouse-Schulung gebucht werden – gerne unterbreiten wir Ihnen ein maßgeschneidertes Angebot.



Bei Fragen zum Seminar und zu unserem weiteren Seminarprogramm berate ich Sie gerne persönlich. Sprechen Sie mich an!
Daniela Schmale, Telefon: 06221/65033-31 oder per eMail: schmale@akademie-heidelberg.de

PROGRAMM

Empfangskaffee und Registrierung der Teilnehmer

Die Studienplanung - hier kosten Fehler richtig Geld

- Das Budget – warum es oft so schwierig ist, die Kosten abzuschätzen
- Die statistische Planung – Literatursuche, aber welche?
- Primärer Endpunkt – was ist hier zu beachten?
- Tagebuch – oft ein ungeliebtes Kind
- Planung der AWB – was Marketing noch machen darf
- CRF und Protokoll: Beides muss harmonieren und alle Parteien wollen involviert sein – eine Gradwanderung mit fatalen Folgen, wenn es nicht klappt
- CRF-Design – wichtig oder nur Makulatur?

Die Studientypen und ihre Auswirkungen

- Adaptive Designs – keine Allroundlösung für unfertige Studienstrategien
- Nichtunterlegenheitsstudien – keine einfache Sache und warum man sich hier gerne verrechnet
- Crossover oder Parallel-Design: Kosten und Notwendigkeit
- Zwischenauswertung – Das Geheimrezept für unbekannte Größen
- Kann man mit raffinierten Designs und Kombinationsstudien Geld und Zeit sparen?
- In welchen Situationen Guidelines helfen können und in welchen Situationen nicht

Statistische Feinheiten oder essentielle Fragestellungen

- Welche statistischen Kenntnisse müssen alle Beteiligten haben und welche nicht
- Das Geheimnis von Skalierungen und Fragestile – Die Suggestivkraft von Marketing
- Statistisch signifikant versus klinisch relevant? (Subgruppenanalysen, primäre und sekundäre Analysen und deren Aussagekraft)

- Die (Grenzen der) Aussagefähigkeit von Analysen – Informationsgehalt von Parametern
- Die Tücke mit den fehlenden Werten

Projektdurchführung I

- Der Optimismus von Prüfärzten und die Wahrheit – Der Feasibility-Check
- Qualitätskontrolle kommt an den Anfang nicht an das Ende: Der Data Management Plan und das Monitoringmanual und wie die Schnittstelle funktioniert
- Monitoring auch für AWBs – wie das geht und wer macht das?
- CRF-Tracking bei Studienprojekten ohne den Arzt zu ärgern

Projektdurchführung II

- Halbzeit ist nicht Halbzeit – warum die Rekrutierung oft nicht linear verläuft und wie Krisen überwunden werden können: Unterstützung durch Biometrie und Marketing
- Sind Potenzialärzte/Zielgruppenärzte gute Prüfärzte? Qualität kontra Quantität?

Die Auswertung und die Berichterstellung - hier sind alle gefordert

- Der Medical Writer zwischen den Stühlen
- Die Auswertungsbesprechung - Transparenz für alle
- Der rote Faden im Bericht und das vorgegebene Ziel – ein gemeinsamer Weg
- Die Potenziale des Produkts
- Wichtiges und Unwichtiges aus mehreren Sichtwinkeln – Plan und Wirklichkeit
- Wenn der Plan nicht aufgeht
- Biometrischer Bericht und klinischer Teil – Möglichkeiten einer Organisation
- Die Grenzen der Publikation und was gerne verschwiegen wird

Abschlussdiskussion, Fazit und Ausblick

IHRE VORTEILE IM ÜBERBLICK

Sieben Gründe für die Akademie Heidelberg

- Wissenstransfer für Ihre berufliche Praxis auf höchstem Niveau: Hohe Aktualität, Qualität und Praxisbezug der Veranstaltungsthemen und -inhalte durch über 15 Jahre fundierte Erfahrung im Weiterbildungssektor
- Ausgewiesene Referenten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, die zu den Spitzen ihres Fachgebiets gehören
- Professionelle und serviceorientierte Veranstaltungsorganisation
- Sorgfältig ausgewählte Tagungsorte garantieren eine produktive Lernatmosphäre
- Persönliche Weiterbildungsberatung und individuelles professionelles Karriere-Coaching
- Networking und Erfahrungsaustausch im niveaувollen Veranstaltungsrahmen
- Exklusive Veranstaltungsdokumentation als wertvolles Nachschlagewerk für Ihre tägliche Praxis

BIOMETRIE, MEDIZIN UND MARKETING

ANMELDE-FAX: 06221/65033-29

ANMELDEFORMULAR

NAME _____

VORNAME _____

POSITION _____

FIRMA _____

STRASSE _____

PLZ/ORT _____

TEL./FAX _____

E-MAIL _____

NAME DER SEKRETÄRIN _____

DATUM UNTERSCHRIFT _____

TERMIN UND SEMINARZEIT

Dienstag, 22. November 2011,
10.00 – 17.00 Uhr, Registrierung ab 9.00 Uhr

VERANSTALTUNGORT

Steigenberger Hotel Metropolitan
Poststr. 6 · D-60329 Frankfurt/Main
Tel.: 069/506070-0 · Fax: 069/506070-555
e-Mail: metropolitan@steigenberger.de
www.steigenberger.com/Frankfurt_Metropolitan

Bitte berufen Sie sich bei Ihrer **Zimmerreservierung** stets auf die **Sonderkonditionen** des Abrufokontingents der AH Akademie für Fortbildung Heidelberg und beachten Sie, dass das Abrufokontingent **vier Wochen** vor dem Termin abläuft.

SEMINARNUMMER

11 11 PK823 W

TEILNAHMEBETRAG

€ 750,- (zzgl. gesetzl. USt). Der Teilnahmebetrag beinhaltet ein gemeinsames Mittagessen, Seminargetränke, Pausenerfrischungen sowie die Dokumentation.

SONDERKONDITIONEN

Der zweite und jeder weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen erhält einen Rabatt in Höhe von 10 %.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer ist sofort nach Erhalt der Rechnung zur Zahlung fällig. Stornierungen von Buchungen sind bis zwei Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- (zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer) möglich; bis 1 Woche vor Veranstaltungsbeginn wird 50 % der Teilnahmegebühr, danach die volle Teilnahmegebühr fällig. Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform. Die Benennung eines Ersatzteilnehmers ist zu jedem Zeitpunkt kostenfrei möglich. Die Kombination von Rabatten ist ausgeschlossen. Bei Seminarabsagen durch den Veranstalter wird die gezahlte Gebühr voll erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Heidelberg.

AKADEMIE HEIDELBERG VERANSTALTUNGSTICKET

Reisen Sie günstig mit der Deutsche Bahn AG zum Seminar: Von jedem DB-Bahnhof – auch mit dem ICE! Weitere Informationen zu Preisen und zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung oder sofort unter www.akademie-heidelberg.de/bahn

Die Bahn 

AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH

Maaßstraße 22
D-69123 Heidelberg
Telefon 06221 / 65033-0
Telefax 06221 / 65033-69
info@akademie-heidelberg.de
www.akademie-heidelberg.de