

Erstellung eines Wissenschaftsmarketingkonzepts

Art	Masterarbeit
Arbeitstitel	Erstellung eines Marketingkonzepts für eine öffentliche Forschungseinrichtung im medizinisch-technischen Bereich

Das „Innovation Center Computer Assisted Surgery“ wurde im Rahmen der BMBF-Initiative Unternehmen Region 2005 als Forschungszentrum an der Medizinischen Fakultät der Uni Leipzig etabliert, um zukunftsfähige interdisziplinäre Ansätze in der Medizintechnologie zu entwickeln und Impulse zur Nachwuchssicherung und grenzüberschreitenden Technologie- und Verfahrensinnovation in Ostdeutschland zu geben. Das ICCAS fokussiert sich auf innovative Forschungen um den OP der Zukunft und fördert den Transfer dieser Forschungsergebnisse in innovative Produkte.

Ziel der Forschung ist es, den Chirurgen in seiner Arbeit zu unterstützen und die Gefahren und Komplikationen während einer OP für den Patienten stark zu minimieren. Die Forschungsprojekte konzentrieren sich daher auf die Entwicklung und Optimierung nicht-invasiver sowie minimal-invasiver Methoden, die u.a. in der Krebstherapie oder in der HNO-Chirurgie Anwendung finden. Die Wissenschaftler arbeiten zudem an der Optimierung der Arbeitsabläufe im Operationssaal, der Verbesserung der OP-Infrastruktur und entwickeln digitale Patientenmodelle, die dem Chirurgen eine umfassende Darstellung der Krankheitsgeschichte des Patienten liefern.

Das ICCAS ist eine zentrale Einrichtung der Medizinischen Fakultät der Universität Leipzig, wird bisher aber hauptsächlich über Drittmittel finanziert. Im weiteren Prozess hinsichtlich einer erfolgreichen Verfestigung als universitäres Institut und dessen Weiterentwicklung ist eine hohe Sichtbarkeit in Politik und Wirtschaft sowie innerhalb der wissenschaftlichen Kommune von hoher Relevanz. Das ICCAS ist national wie international führend im Bereich der modellbasierten und computergestützten Medizin und ist bestrebt, einerseits so wahrgenommen zu werden und andererseits sich an der Spitze der internationalen Forschung dauerhaft zu etablieren.

Dafür müssen bestimmte Kommunikations- und Marketingaktivitäten greifen, die zum Teil bereits bestehen und umgesetzt werden, jedoch weiterhin optimiert werden müssen und einer strategischen Planung und Umsetzung folgen sollten. Hieraus ergeben sich die wesentlichen Gegenstände der Masterarbeit, die sich mit der Entwicklung eines Marketingkonzepts im Besonderen im Wissenschaftsbereich beschäftigt. Beginnend mit der Bestimmung der Position des Institutes und dessen Stärken und Schwächen über die Analyse des Marktes und der bisherigen Marketingaktivitäten. Gefolgt von der Definition messbarer Ziele, der Ableitung von Zielgruppen sowie der Entwicklung von Kernaussagen. Am Ende sollte die Identifizierung gezielter Kommunikationskanäle und Maßnahmen stehen, die in einem Plan zusammengefasst werden. Ein Zusatz wäre das Herausarbeiten von Finanzierungsquellen für die Umsetzung der herausgearbeiteten Maßnahmen.

Autoren: Kathrin Scholz

Datum: 20.03.2017



Anforderungen

- Erfahrungen im Bereich Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsmarketing
- Einblicke in die Struktur universitärer und drittmittelfinanzierter Einrichtungen

Kontakt

Universität Leipzig

Innovation Center Computer Assisted Surgery (ICCAS)

Kathrin Scholz

E-Mail: kathrin.scholz@medizin.uni-leipzig.de

Web: www.iccas.de