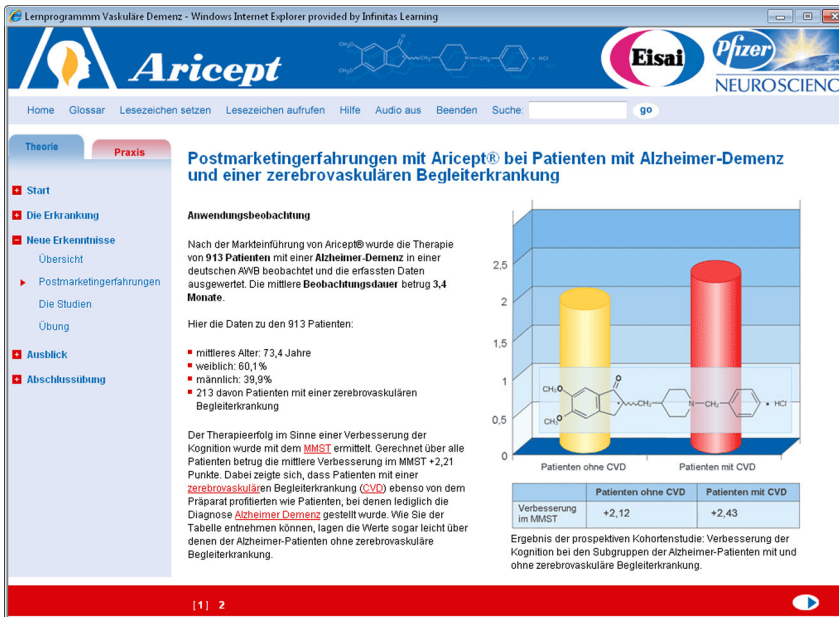


Vaskuläre Demenz



Postmarketingverfahren mit Aricept® bei Patienten mit Alzheimer-Demenz und einer zerebrovaskulären Begleiterkrankung

Anwendungsbeobachtung

Nach der Markteinführung von Aricept® wurde die Therapie von 913 Patienten mit einer Alzheimer-Demenz in einer deutschen AKB beobachtet und die erfassten Daten ausgewertet. Die mittlere Beobachtungsdauer betrug 3,4 Monate.

Hier die Daten zu den 913 Patienten:

- mittleres Alter: 73,4 Jahre
- weiblich: 60,1%
- männlich: 39,9%
- 213 davon Patienten mit einer zerebrovaskulären Begleiterkrankung

Der Therapieerfolg im Sinne einer Verbesserung der Kognition wurde mit dem MMST ermittelt. Gerechnet über alle Patienten betrug die mittlere Verbesserung im MMST +2,21 Punkte. Dabei zeigte sich, dass Patienten mit einer zerebrovaskulären Begleiterkrankung (CVD) ebenso von dem Präparat profitierten wie Patienten, bei denen lediglich die Diagnose Alzheimer-Demenz gestellt wurde. Wie Sie der Tabelle entnehmen können, lagen die Werte sogar leicht über denen der Alzheimer-Patienten ohne zerebrovaskuläre Begleiterkrankung.

	Patienten ohne CVD	Patienten mit CVD
Verbesserung im MMST	+2,12	+2,43

Ergebnis der prospektiven Kohortenstudie: Verbesserung der Kognition bei den Subgruppen der Alzheimer-Patienten mit und ohne zerebrovaskuläre Begleiterkrankung.

Wissensvermittlung über die Indikationserweiterung für Aricept®

Auftraggeber
Pfizer GmbH, Eisai GmbH

Zielgruppe
Außendienstmitarbeiter beider Unternehmen

FEATURES

Das Programm vermittelt medizinisches Spezialwissen zur vaskulären Demenz sowie die Inhalte zweier Studien. Mit Hilfe dieses Lernprogramms werden Außendienstmitarbeiter auf Gespräche in Arztpraxen vorbereitet.

Das Programm besteht aus einem Theorie- und Praxisbereich. Der Theoriebereich entspricht einem klassischen Lernprogramm.

Der Praxisteil dient dem Üben eines Gespräches in einer Arztpraxis und besteht aus zehn Fragen, die das Gespräch abbilden.

Im Anschluss an das Bearbeiten dieser beiden Bereiche erfolgt eine Wissenskontrolle. Diese besteht aus 70 Fragen, von denen 16 per Zufall zu einem Test zusammengestellt werden. Es ist gewährleistet, dass die Fragen immer einen Querschnitt aller Inhalte darstellen.

Der Einsatz erfolgt zum einen auf der SABA-Lernplattform der Pfizer GmbH sowie als CD-Version für die Mitarbeiter der Eisai GmbH. Die Umsetzung erfolgte in HTML. Die mediale Umsetzung erfolgte in Form von Grafik, Audio und Flashanimationen.