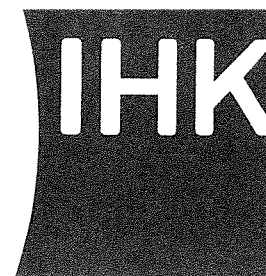


Familienname, Vorname (bitte durch eine Leerspalte trennen)

[illegible]

Bereich

Berufsnummer

IHK-Nummer

Prüflingsnummer

5	9
---	---

6

--	--	--

38		
----	--	--

Sp. 1 - 2

Sp. 3 - 6

Sp. 7 - 9

50. 10 - 14

**Termin: Dienstag, 4. Mai 2021**

# Abschlussprüfung Sommer 2021

6520

# 1.1 Geschäfts- und Leistungsprozesse in Einrichtungen des Gesundheitswesens

Gesamtprüfungszeit  
120 Minuten  
für Teil 1.<sup>1</sup> und Teil 1.<sup>2</sup>

2 ungebundene Aufgaben  
100 Punkte

**Hinweis:**

Bei der Bearbeitung der Aufgaben ist von einem gewöhnlichen Geschäftsbetrieb auszugehen, der **nicht** durch die COVID-19-Pandemie beeinflusst bzw. durch entsprechende behördliche Verfügungen eingeschränkt ist.

Kaufmann im Gesundheitswesen  
Kauffrau im Gesundheitswesen

## Bearbeitungshinweise

1. Bevor Sie mit der Bearbeitung beginnen, prüfen Sie bitte, ob dieser **Aufgabensatz vollständig** ist. Wenden Sie sich bei Unstimmigkeiten sofort an die Aufsicht!
2. Füllen Sie als Erstes die **Kopfleiste** des Aufgabensatzes vollständig aus!
3. Lesen Sie bitte den **Text** der Aufgaben ganz durch, bevor Sie mit der Bearbeitung beginnen. Die bei den Aufgaben angegebene **Bearbeitungszeit** ist als Hinweis zu verstehen und soll Ihnen helfen, sich die Prüfungszeit richtig einzuteilen.
4. Berücksichtigen Sie, dass mit diesen Aufgaben Situationen der Betriebspraxis dargestellt werden. Die Bearbeitung sollte deshalb auch entsprechend den **betrieblichen Gepflogenheiten** erfolgen.
5. Halten Sie sich bei der Bearbeitung der Aufgaben genau an die **Vorgaben zur Beantwortung der Fragen**. Wenn z. B. vier Angaben gefordert werden und Sie sechs Angaben anführen, werden nur die ersten vier Angaben bewertet.
6. Als Hilfsmittel ist grundsätzlich ein **nicht programmierter**, netzunabhängiger **Taschenrechner** ohne Kommunikationsmöglichkeit mit Dritten zugelassen.
7. Schreiben Sie **deutlich** und geben Sie bei Rechenaufgaben Ihren Rechenweg an, da Ihnen sonst **Punkte** verloren gehen können. Sofern nicht ausdrücklich ein Brief oder eine Formulierung in ganzen Sätzen gefordert werden, ist eine stichwortartige Beantwortung zulässig.
8. Für **Hilfsaufzeichnungen** können Sie das beigelegte Konzeptpapier verwenden. Dieses muss vor Bearbeitung der Aufgaben herausgetrennt werden. Bewertet werden jedoch grundsätzlich nur Ihre Eintragungen in diesem Aufgabensatz.

**Wird vom Korrektor ausgefüllt!**

## Bewertung

Für die Bewertung gilt die Vorgabe der Punkte in den Lösungshinweisen. Fachliche Richtigkeit (100 Punkte).

1. Aufgabe 

--	--

 Punkte

2. Aufgabe 

--	--

 Punkte

Prüfungs-  
zeit

Die entsprechende Ziffer (1, 2 oder 3) finden Sie in der Abfrage nach der Prüfungszeit im Anschluss an die letzte Aufgabe.

**Gesamt-  
punktzahl**

--	--	--

Prüfungsort, Datum

Unterschrift

Gemeinsame Prüfungsaufgaben der Industrie- und Handelskammern. Dieser Aufgabensatz wurde von einem überregionalen Ausschuss, der entsprechend § 40 Berufsbildungsgesetz zusammengesetzt ist, beschlossen. Die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe der Prüfungsaufgaben und Lösungen ist nicht gestattet. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich (§§ 97 ff., 106 ff. UrhG) verfolgt. © IHK Nürnberg für Mittelfranken - AkA - Nürnberg 2021 - Alle Rechte vorbehalten!

Sie sind Mitarbeiter/-in der Medical GmbH (siehe Unternehmensbeschreibung!), auf die sich die nachfolgenden Aufgaben beziehen.

Korrekturrand

<b>1. Name, Geschäftssitz</b>	Medical GmbH Virchowstraße 12 10000 Berlin		
<b>2. Dienstleistung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stationäre Versorgung</li> <li>- ambulante Versorgung</li> <li>- Rehabilitation</li> <li>- Pflege</li> <li>- Ausbildungsstätten</li> </ul>		
<b>3. Ausstattung</b>	Bettenanzahl:	450 Akutbetten 250 Rehabetten 100 Betten Pflegeeinrichtung ambulante Versorgung	600 Mitarbeiter 150 Mitarbeiter 80 Mitarbeiter 60 Mitarbeiter
	Medizinische Geräte Einrichtungen für Diagnostik und Therapie Wirtschafts- und Versorgungsbereich Insgesamt 30 Auszubildende		
<b>4. Leistungsangebot für:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gesetzlich Versicherte</li> <li>- privat Versicherte</li> <li>- Versicherte sonstiger Kostenträger</li> <li>- Versicherte von Rentenversicherungen</li> </ul>		

### Ausgangssituation zur 1. und 2. Aufgabe

Sie nehmen an einer Fortbildungsveranstaltung zum Thema „Marketinginstrumente im Gesundheitssektor“ teil. Die inhaltlichen Schwerpunkte dieser Veranstaltung sind die Einsatz- und Kombinationsmöglichkeiten der klassischen Marketinginstrumente Preis-, Produkt-, Distributions- und Kommunikationspolitik, aber auch deren rechtliche Grenzen.

## Marketing; Marketing im Gesundheitswesen

### 1. Aufgabe: (74 Punkte, ca. 45 Minuten Bearbeitungszeit)

#### 1.1 (16 Punkte)

Stellen Sie 4 unterschiedliche Gründe dar, weshalb der Einsatz von Marketinginstrumenten auch in Gesundheitsbetrieben zunehmend an Bedeutung gewinnt!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 1.2 (4 Punkte)

Erläutern Sie, welche Aufgabe der „Marketing-Mix“ im Rahmen der Marketingpolitik hat!

---

---

---

---

---

### 1.3 (15 Punkte)

Korrekturrand

Die Veranstaltung beginnt mit dem Thema „Aktive Preispolitik in Gesundheitsbetrieben“. Dies verwundert einige Teilnehmer, da die Preispolitik, nach deren Auffassung, im Gesundheitsbereich keine oder nur eine geringe Bedeutung hat.

- 1.3.1 Erläutern Sie, wie sich die Preisbildung in einem marktwirtschaftlichen System von der Preisfindung im Gesundheitssektor unterscheidet!

---

---

---

---

---

---

---

---

- 1.3.2 Auch im Gesundheitsbereich haben Anbieter die Möglichkeit, die Preise für bestimmte Leistungen weitgehend frei zu gestalten. Beschreiben Sie dazu **je ein** Beispiel aus dem stationären Krankenhausbereich, aus dem ambulanten ärztlichen Bereich und aus stationären Pflegeeinrichtungen!

Stationärer Krankenhausbereich:

---

---

---

---

Ambulanter ärztlicher Bereich:

---

---

---

---

Stationäre Pflegeeinrichtung:

---

---

---

---

### 1.4 (10 Punkte)

Ein Vortrag über „Produkt- und Dienstleistungspolitik im Klinikbereich“ beginnt wie folgt:

„Wer zu den Produktbereichen einer Klinik ausschließlich die medizinischen Leistungen rechnet, handelt nicht patientenorientiert“

- 1.4.1 Erläutern Sie, was im Gesundheitswesen unter Patientenorientierung zu verstehen ist!

---

---

---

---

---

---

---

---

1.4.2 Neben den „klassischen“ medizinischen und pflegerischen Leistungen gibt es weitere Klinikleistungen, die zum „Gesamtprodukt“ der Einrichtung zu rechnen sind. Nennen Sie **3** dieser weiteren Klinikleistungen!

Korrekturra

### 1.5 (29 Punkte)

In der Fortbildungsveranstaltung wird weiterhin thematisiert, dass schriftliche Informationsmaterialien speziell auch über **Pflegeeinrichtungen** von Gesundheitsunternehmen als unzureichend bewertet werden. In einem Workshop erarbeiten Sie daher Ideen für die Konzipierung und **Erstellung eines Flyers** für eine Pflegeeinrichtung sowie für die **Aktualisierung der Homepage** einer solchen Einrichtung.

1.5.1 Führen Sie **4** Ziele an, die mit der Veröffentlichung und Verteilung dieses Flyers erreicht werden sollen!

1.5.2 Beschreiben Sie kurz **3** Inhalte, die ein Flyer enthalten sollte!

1.5.3 Der zu erstellende Flyer soll geeigneten Adressatengruppen möglichst zielgenau zugänglich gemacht werden. Unterbreiten Sie dazu **2** Vorschläge!

- 1.5.4 Es ist bekannt, dass einige Gesundheitsbetriebe aufgrund ihrer Internetseiten bereits Abmahnungen wegen verbotener Werbung erhalten haben. Damit dieser Fall nicht eintritt, sollen Sie die aktuelle Gesetzeslage berücksichtigen. Nennen Sie **3** Gesetze/Verordnungen, die werbliche Maßnahmen für Gesundheitsbetriebe **einschränken**. Beschreiben Sie außerdem **2** Maßnahmen/Inhalte, die unter ein **Werbeverbot** fallen!

3 Gesetze/Verordnungen nennen:

---

---

---

---

---

2 Maßnahmen/Inhalte beschreiben:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## *Information, Kommunikation und Kooperation*

### **2. Aufgabe: (26 Punkte, ca. 15 Minuten Bearbeitungszeit)**

#### **Situation**

Ein gut funktionierendes Beschwerdemanagement stellt im Sinne der Kunden- bzw. Patientenorientierung ein wirksames Instrument des Marketings dar.

#### **2.1 (4 Punkte)**

Erklären Sie den Begriff Beschwerdemanagement!

---

---

---

---

---

---

---

#### **2.2 (9 Punkte)**

Erläutern Sie am Beispiel der Medical GmbH **3** Zielsetzungen des Beschwerdemanagements im Gesundheitswesen!

---

---

---

---

---

**Weiteren Platz zur Beantwortung finden Sie auf der nächsten Seite!**

**2.3 (9 Punkte)**

Nennen Sie **3** Gesprächsregeln, die die Mitarbeiter der Medical GmbH bei einem Beschwerdegespräch mit Patienten/Kunden einhalten sollen und begründen Sie **eine** Regel anhand eines selbstgewählten Beispiels!

3 Gesprächsregeln:

Begründung einer Regel mit Beispiel:

**2.4 (4 Punkte)**

Die Medien erfassen durch verschiedene Umfragen und Statistiken die Zufriedenheit der Patienten nach der Behandlung in Krankenhäusern. Dabei werden oft Beschwerden genannt, welche die Patienten jedoch in den Kliniken selbst **nicht** vortragen.

Nennen Sie hierfür **4** unterschiedliche Gründe!

PRÜFUNGSZEIT – NICHT BESTANDTEIL DER PRÜFUNG!

Wie beurteilen Sie nach der Bearbeitung der Aufgaben die zur Verfügung stehende Prüfungszeit?

1. Sie hätte kürzer sein können.
2. Sie war angemessen.
3. Sie hätte länger sein müssen.

☐ Bitte Kennziffer hier eintragen!