



Abschlussprüfung Sommer 2020

Lösungshinweise

Kaufmann/Kauffrau im Gesundheitswesen

1.1 Geschäfts- und Leistungsprozesse in Einrichtungen des Gesundheitswesens 100 Punkte

Allgemeine Korrekturhinweise

1. Lesen Sie bitte zunächst die Aufgaben und Lösungshinweise ganz durch, bevor Sie mit der Korrektur beginnen. Nehmen Sie die Korrektur anhand der Angaben in den Lösungshinweisen vor.
2. Die Aufgaben und Lösungshinweise wurden von dem zuständigen Ausschuss mit der größtmöglichen Sorgfalt erstellt. Dennoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Arbeiten der Teilnehmer richtige Antworten/Lösungen enthalten, die nicht in der Musterlösung vorgesehen sind. Bitte vergeben Sie in diesem Fall Ihre Punktzahl in Anlehnung an die Lösungshinweise.
3. Wenn Sie die Lösung eines Prüfungsteilnehmers im Vergleich zu den Lösungshinweisen nur als teilweise richtig werten, reduzieren Sie bitte die in den Lösungshinweisen genannte Punktzahl entsprechend. Wenn ein Prüfungsteilnehmer mehr Angaben macht, als in der Aufgabe gefordert ist, sind nur die erstgenannten Angaben in der geforderten Anzahl zu bewerten.
4. Tragen Sie das Ergebnis der Korrektur auf dem Bearbeitungsbogen (jeweiliges Feld für die Punkte der ungebundenen Aufgaben) für den jeweiligen Prüfling ein!
5. Die Punktwerte der Aufgaben sind ganzzahlig anzugeben (z. B. 6 oder 3). Wenn ein Prüfling eine Aufgabe nicht bearbeitet hat oder wegen falscher Antwort Null Punkte erhält, ist 0 einzutragen.
6. Für die Bewertung gilt folgender Punkte-Noten-Schlüssel:

Note 1: 100 – 92 Punkte	Note 2: unter 92 – 81 Punkte	Note 3: unter 81 – 67 Punkte
Note 4: unter 67 – 50 Punkte	Note 5: unter 50 – 30 Punkte	Note 6: unter 30 – 0 Punkte

Die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe dieser Lösungshinweise ist nicht gestattet. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich (§§ 97 ff., 106 ff. UrhG) verfolgt.
© IHK Nürnberg für Mittelfranken – Aka – Nürnberg 2020 – Alle Rechte vorbehalten!

Lösungshinweise

1. Aufgabe (39 Punkte)

1.1

4 Arbeitsschritte/Tätigkeiten bei der Planung der Teambesprechung nennen, z. B.

- Termin abstimmen und festlegen
- Themenwahl und Tagesordnung
- Hintergrundinformationen/Informationsmaterial zu den Themen beschaffen
- Einladung an die Teilnehmer der Teambesprechung
- Räumlichkeiten vorbereiten
- Geeignete Mitarbeiter bestimmen

1.2

5 wesentliche Merkmale angeben, z. B.

- Protokollanlass
- Datum, Uhrzeit
- Ortsangabe
- Anwesende Personen
- Protokolltext (Ereignisse, Abläufe)
- Ergebnisse

1.3

6 Verhaltensregeln beschreiben, z. B.

- niemals inhaltlich Stellung beziehen
- alle Gruppenmitglieder einbeziehen
- allen Gruppenmitgliedern ausreichend zuhören
- Störungen im Gruppenprozess beachten
- flexibel und situativ reagieren
- Fragen eindeutig formulieren
- Gesprochenes visualisieren
- Pausen- und Arbeitszeiten mit der Gruppe abstimmen
- Ergebnisse zusammenfassen

Punkte

4

5

12

Lösungshinweise

1.4

Begriff erklären, z. B.

Ist eine Arbeitsmethode, bei der Gedanken, Ideen oder Gesprächsinhalte aufgenommen werden, ohne sie sofort in eine richtige Reihenfolge zu bringen = Gedanken-Landkarten

2 Anwendungsbereiche beschreiben, z. B.

- Spontanes Zusammentragen von Gedanken zu einem bestimmten Thema
- Präsentation von Arbeitsergebnissen
- Erarbeitung von Problemlösungen
- Möglichkeit der Darstellung von Gedankenstrukturen

Begründung anhand eines Merkmals, z. B.

- Visualisierung
- Übersichtlichkeit
- Kreativität
- Beliebig erweiterbar
- Struktur

Hinweis zur Punktevergabe: Begriffserklärung (3 P.), 2 Anwendungsbereiche beschreiben (6 P.), Begründung (3 P.)

1.5

3 Vorteile nennen, z. B.

Speicherbar

Veränderbar

Überall abrufbar

Verteilung problemlos möglich

Verteilung in Arbeitsgruppen

Protokollierung einfacher

Darstellung von Arbeitsständen

Summe der 1. Aufgabe

Punkte

12

6

39

Lösungshinweise

Punkte

2. Aufgabe (61 Punkte)

2.1

Gewinnsteigerung in € und % ermitteln, z. B.

2018

Gewinn: 1.369.650,00 € (gegeben)

2019:

Umsätze: $61.320 \times 110,00 \text{ €/Nacht} = 6.745.200,00 \text{ €}$

Kosten: $260.000,00 \text{ €/Jahr} + (61.320 \times 72,00 \text{ €/Nacht}) = 4.675.040,00 \text{ €}$

Gewinn: $6.745.200,00 \text{ €} - 4.675.040,00 \text{ €} = 2.070.160,00 \text{ €}$ (5 P)

Gewinnsteigerung: $2.070.160,00 \text{ €} - 1.369.650,00 \text{ €} = 700.510,00 \text{ €}$ (2 P)

Gewinnsteigerung in %: $1.369.650,00 \text{ €} = 100 \%$
 $2.070.160,00 \text{ €} = x = 151,15 \% \rightarrow$
 Gewinnsteigerung = 51,14 % (3 P)

10

2.2

Auslastungsgrad in % ermitteln, z. B.

$100 \% \rightarrow 365 \text{ Tage} \times 210 \text{ Übernachtungen/Tag} = 76.650 \text{ Übernachtungen}$

In 2019 $\rightarrow 61.320 \text{ Übernachtungen}$

$= 61.320 : 76.650 \times 100 \%$

= 80 %

6

2.3

3 Maßnahmen beschreiben, z. B.

- Ferienangebote für gestresste Manager
- Reha-Angebote für Selbstzahler im hohen Qualitätsniveau
- Fasten- und Sportkuren

Hinweis: Ausschließlich produkt(dienstleistungs)politische Maßnahmen sind zu werten.

12

2.4

Begriffe erklären, Frage formulieren, z. B.

Persönliches Interview:

- Persönliche Befragung von Einzelpersonen oder Gruppen mit Hilfe eines Fragebogens

Geschlossene Frage:

- Die Antwortmöglichkeiten zu den Fragen werden der befragten Person vorgegeben.

Stichprobe:

- Als Stichprobe bezeichnet man eine möglichst repräsentative Teilgruppe, die nach bestimmten Kriterien aus einer (Grund-) Gesamtheit ausgewählt wurde.

Geschlossene Frage formulieren:

z. B., Sind Sie mit unseren Wellnessangeboten zufrieden? \rightarrow ja/nein

Hinweis zur Punktevergabe: Je Begriff 3 P., Frageformulierung 3 P.

12

Lösungshinweise	Punkte
2.5	9
2.5.1	(4)
4 Zielsetzungen nennen, z. B. - Bekanntheitsgrad erhöhen - Leistungsangebote vorstellen - neue Mitarbeiter gewinnen - Kundenbindung - Umsatzsteigerung - Auslastung erhöhen	
2.5.2	(5)
5 Werbeträger nennen, z. B.: - Zeitung - Fernsehen - Kino - Fahrzeuge - Internet - Trikots	
2.6	12
2.6.1	(6)
Zielsetzung des Heilmittelwerbe-gesetz anhand von 2 Aspekten erläutern, z. B. - Soll Gefahren begegnen, die der Gesundheit des Einzelnen und den Gesundheitsinteressen der Allgemeinheit durch unsachgemäße Selbstmedikation unabhängig davon drohen, ob sie im Einzelfall wirklich eintreten - Kranke Menschen sollen nicht durch unangemessene Werbung dazu verleitet werden, Fehlentscheidungen zu treffen	
2.6.2	(6)
Entscheidung und Begründung, z. B.: Werbung mit den Inhalten/Botschaften, die im Rahmen des Imagefilms vermittelt werden, ist nicht zulässig, da solche Versprechen (sofortige Heilung) nicht gemacht werden dürfen – eine Gesundheitsgarantie kann niemals ausgesprochen werden – damit würde die Medical GmbH ihr Ermessen überschreiten	
Summe der 2. Aufgabe	61