

Familienname, Vorname (bitte durch eine Leerspalte trennen)

[illegible]

Bereich

Berufsnummer

IHK-Nummer

Prüflingsnummer

5	9
---	---

6	5	2
---	---	---

--	--	--

--	--	--	--

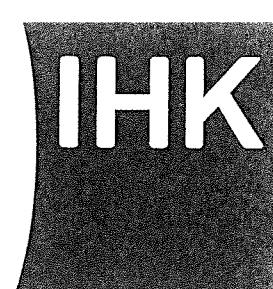
Termin: Dienstag, 28. April 2015

Sp. 1-2

Sp. 3-6

Sp. 7-9

Sp. 10-14



Abschlussprüfung Sommer 2015

1.1 Geschäfts- und Leistungsprozesse in Einrichtungen des Gesundheitswesens

Gesamtprüfungszeit
120 Minuten
für Teil 1.¹ und Teil 1.²

2 ungebundene Aufgaben
100 Punkte

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

Prüfungszeit

19

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

Gesamtpunktzahl

--	--	--

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 2015. Alle Rechte vorbehalten.

Korrekturrand

4

Marketing; Marketing im Gesundheitswesen

1. Aufgabe: (73 Punkte, ca. 45 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

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- und Kommunikationspolitik, aber auch deren rechtliche Grenzen.

1.1 (16 Punkte)

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

[illegible]

1.2 (4 Punkte)

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

1.3 (15 Punkte)

Die Veranstaltung beginnt mit dem Thema „Aktive Preispolitik in Gesundheitsbetrieben“. Dies verwundert einige Teilnehmer, da die Preispolitik, nach ihrer Meinung, 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 Pflegeeinrichtungen!

Stationärer Krankenhausbereich:

Ambulanter ärztlicher Bereich:

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 unter Patientenorientierung zu verstehen ist!

1.4.2 Nennen Sie, **neben** den medizinischen Leistungen, **3** weitere Klinikleistungen, die zum „Gesamtprodukt“ der Einrichtung zu rechnen sind!

Korrekturrand

1.5 (28 Punkte)

Im Rahmen der Kommunikationspolitik wird Public Relation oftmals als das wichtigste Instrument des Marketings im Gesundheitswesen bezeichnet.

1.5.1 Grenzen Sie „Public Relations“ vom Marketinginstrument „Werbung“ hinsichtlich ihrer Ziele ab!

Public Relations:

Werbung:

1.5.2 Die Werbung im Gesundheitsmarkt ist trotz der Lockerungen in den letzten Jahren gegenüber anderen Wirtschaftsbereichen noch immer eingeschränkt. Stellen Sie kurz dar, was die Gesetzgebung mit Werbebeschränkungen und Werbeverboten primär beabsichtigt!

- 1.5.3 Corporate Identity/Corporate Design zählen zu wichtigen PR-Strategien.
Beschreiben Sie, was
a) unter Corporate Design zu verstehen ist und
b) nennen Sie 4 Corporate Design-Maßnahmen aus dem Klinikbereich!

Korrekturrand

a) Beschreibung

b) 4 Maßnahmen

- 1.5.3 Corporate Identity/Corporate Design zählen zu wichtigen PR-Strategien.
Beschreiben Sie, was
a) unter Corporate Design zu verstehen ist und
b) nennen Sie **4** Corporate Design-Maßnahmen aus dem Klinikbereich!

Korrekturrand

a) Beschreibung

b) 4 Maßnahmen

Information; Kommunikation und Kooperation

2. Aufgabe: (27 Punkte, ca. 15 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

Auf dem absolvierten Seminar zum „Marketing-Mix“ liegen Flyer eines Beratungsunternehmens aus, welches sich mit der Verbesserung der Organisations- und Kommunikationsstrukturen von Gesundheitsbetrieben beschäftigt. In diesem Prospekt ist ein „Schnelltest“ enthalten, anhand welchem geprüft werden kann, auf welchem Professionalisierungsniveau sich die einzelnen Mitarbeiter befinden.

2.1 (12 Punkte)

Ein Abschnitt des Flyers bezieht sich auf die non-verbale Kommunikation zwischen Personal und Patienten.

2.1.1 Erklären Sie kurz, was unter non-verbaler Kommunikation zu verstehen ist!

2.2 (9 Punkte)

Bei Gesprächen führen sogenannte „Gesprächsblocker“ oftmals zu Kommunikationsproblemen. Erklären Sie den Begriff „Gesprächsblocker“ und formulieren Sie 2 Gesprächsbeispiele für „Gesprächsblocker“ während eines Aufnahme-Beratungsgesprächs im Pflegeheim!

Erklärung:

2 Beispiele:

2.3 (6 Punkte)

Einige Gesundheitseinrichtungen bieten E-Mail-Systeme für den Informationsaustausch mit Patienten an. Erläutern Sie 2 Vorteile des Informationsflusses über E-Mail-Systeme!

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!

a

Lined paper template with horizontal ruling lines.

3

Lined paper template with horizontal ruling lines.