

Familienname, Vorname (bitte durch eine Leerspalte trennen)

[illegible]

Bereich

Berufsnummer

IHK-Nummer

Prüflingsnummer

5	9
---	---

6	5
---	---

--	--

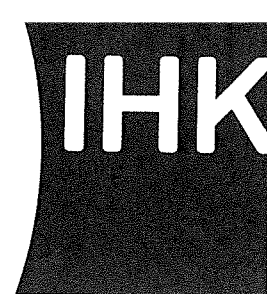
Termin: Dienstag, 7. Mai 2019

Sp. 1 - 2

Sp. 3 - 6

Sp. 7 - 9

Sp. 10 - 14



Abschlussprüfung Sommer 2019

6520

1.1 Geschäfts- und Leistungsprozesse in Einrichtungen des Gesundheitswesens

Gesamtprüfungszeit

120 Minuten

für Teil 1.¹ und Teil 1.²

3 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

3. Aufgabe

--	--

 Punkte

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

**Gesamt-
punktzahl**

22	23	24

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 2019 - Alle Rechte vorbehalten.

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

Korrekturrand

1. Name, Geschäftssitz	Medical GmbH Virchowstraße 12 10000 Berlin		
2. Dienstleistung	<ul style="list-style-type: none"> - stationäre Versorgung - ambulante Versorgung - Rehabilitation - Pflege - Ausbildungsstätten 		
3. Ausstattung	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		
4. Leistungsangebot für:	<ul style="list-style-type: none"> - gesetzlich Versicherte - privat Versicherte - Versicherte sonstiger Kostenträger - Versicherte von Rentenversicherungen 		

Marketing; Marketing im Gesundheitswesen

1. Aufgabe: (49 Punkte, ca. 30 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

Die Medical GmbH will ihre Aktivitäten im Bereich Prävention und Sport weiter intensivieren. Dazu wurde ein 3-Sterne-Hotel mit 150 Betten erworben, das als Standort für Präventionsangebote dienen soll. Es sind ausschließlich 1-Bett-Zimmer vorhanden. Aufgrund der zunehmenden Konkurrenz im Ort versucht sich das Hotel durch spezielle Gesundheitsprogramme von den übrigen Unternehmen abzusetzen. Sie sollen die Geschäftsführung des Hotels bei der Überarbeitung des Leistungsangebots unterstützen. Angestrebt wird eine stärkere Ausrichtung auf Kunden, die nicht auf den Komfort eines Hotels verzichten wollen, die aber aufgrund ihrer körperlichen Verfassung auf das Angebot der Gesundheitsdienstleister vor Ort angewiesen sind. Um eine Grundlage für zukünftige Entscheidungen zu haben, benötigt die Geschäftsführung Informationen über die Entwicklung des Geschäftsbereiches Gesundheitsprävention durch Sport und über die Kosten- und Gewinnsituation des Hotels. Sie entschließen sich bei der Informationsgewinnung die Methodik der Primärforschung und die Methodik der Sekundärforschung einzusetzen.

1.1 (8 Punkte)

1.1.1 Grenzen Sie die Begriffe Primär- und Sekundärforschung voneinander ab, indem Sie die Begriffe erklären!

1.1.2 Nennen Sie je 2 Vor- und Nachteile der Primärforschung!


Korrekturrand

1.2 (16 Punkte)

Monate	Januar	Februar	März	Summen
Übernachtungen	2 800	2 850	2 900	8 550
Gesamtkosten in €	339.000,00	341.750,00	344.500,00	1.025.250,00

Weitere Angaben: Die fixen Kosten liegen zurzeit bei **monatlich** 185.000,00 €, der Preis pro Bett und Übernachtung beträgt 130,00 €. In den drei Monaten sind insgesamt max. 13 500 Übernachtungen möglich.

1.2.1 Ermitteln Sie die aktuelle durchschnittliche Auslastung des Hotels im 1. Quartal in % (auf 2 Nachkommastellen)!

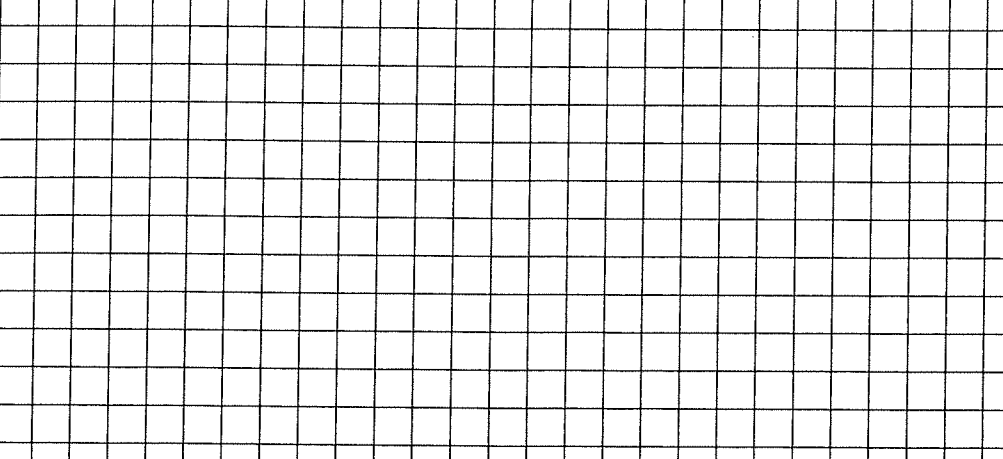


1.2.2 Ermitteln Sie die variablen Kosten des 1. Quartals **pro** Übernachtung!

[illegible]

1.2.3 Sie streben im Rahmen Ihrer Marketingplanung an, die Auslastung des Hotels auf 80 % der maximal im Quartal möglichen Übernachtungen zu erhöhen. Ermitteln Sie, welcher Gewinn im Quartal zu erreichen ist, wenn folgende Bedingungen vorliegen!

- Die Fixkostensituation bleibt unverändert, so wie unter 1.2 beschrieben.
- Die variablen Kosten pro Übernachtung liegen unter den veränderten Bedingungen bei 50,00 €.
- Preis pro Bett und Übernachtung bleiben unverändert, so wie unter 1.2 beschrieben.

A large grid of graph paper, consisting of 20 columns and 15 rows of squares, intended for drawing a picture.

1.3 (12 Punkte)

Der aktuelle Auslastungsgrad und die geplante Erhöhung des Auslastungsgrades auf 80 % veranlassen die Geschäftsführung, die gesamten Marketinginstrumente auf den Prüfstand zu stellen.

1.3.1 Nennen Sie die **4** Marketinginstrumente des Marketing-Mixes (Säulen des Marketings)!

1.3.2 Erläutern Sie für **2** konkrete Marketinginstrumente jeweils **einen** Vorschlag **in Bezug auf das Präventionsangebot** des Hotels!

1.4 (13 Punkte)

Um die Informationsbasis für anstehende Entscheidungen und Maßnahmen zu erweitern, soll eine Kundenbefragung durchgeführt werden.

1.4.1 Die Befragung soll gesondert in verschiedenen Zielgruppen erfolgen. Beschreiben Sie **2** mögliche Zielgruppen, die als Hotelgäste für Präventionsreisen in Frage kommen!

- 1.4.2 Die Befragung soll in Interviewform mit geschlossener und offener Fragestellung durchgeführt werden. Die Auswahl der Befragten innerhalb der Zielgruppe erfolgt nach dem Zufallsprinzip.
Erläutern Sie das Interviewverfahren, die Art der Fragestellung und die Auswahl der Zielgruppe!

Korrekturrand

Interviewverfahren:

Art der Fragestellung:

Auswahl der Zielgruppe:

Information, Kommunikation und Kooperation; Marketing im Gesundheitswesen

2. Aufgabe: (23 Punkte, ca. 15 Minuten Bearbeitungszeit)

Situation

Im Rahmen der aktuellen Diskussion im Gesundheitswesen wird verstärkt die Bedeutung des Sports für die Prävention hervorgehoben. Die Medical GmbH hat beschlossen, sich im **gesundheitsorientierten Sport** zu engagieren. Sie hat sich daher entschieden, in diesem Zusammenhang außerhalb des Hotels mit Kooperationspartnern zusammenzuarbeiten.

2.1 (4 Punkte)

Nennen Sie **jeweils 2** Gründe, die im vorliegenden Fall für und die gegen Kooperationen sprechen!

Gründe für Kooperationen	Gründe gegen Kooperationen

2.2 (9 Punkte)

Geben Sie **3** geeignete Kooperationspartner/Interessengruppen an und begründen Sie Ihre Entscheidung!

Fortsetzung nächste Seite!

2.3 (10 Punkte)

Kooperationen werden in der Regel in einem Vertrag festgeschrieben.

Nennen Sie **5** Inhalte, die Sie in einem Kooperationsvertrag mit Ihrem Partner festlegen sollten!

Information, Kommunikation und Kooperation; Marketing, Marketing im Gesundheitswesen**3. Aufgabe: (28 Punkte, ca. 15 Minuten Bearbeitungszeit)****Situation**

Die Medical GmbH möchte vor dem Hintergrund ihres erweiterten Aktivitätsspektrums ihre Informations- und Kommunikationssysteme weiter optimieren. Das „vernetzte System“ der Medical GmbH beinhaltet das Intranet ebenso wie das Internet.

3.1 (6 Punkte)

Beschreiben Sie kurz **3** Unterschiede zwischen Internet und Intranet!

3.2 (8 Punkte)

Internet und Intranet sind über Schnittstellen miteinander verbunden. Daraus ergeben sich auch datenschutzrechtliche Problematiken.

Unterbreiten Sie **4** Vorschläge, wie personenbezogene Patienten- und Mitarbeiterdaten vor unbefugtem Zugriff geschützt werden können!

3.3 (14 Punkte)

Die Medical GmbH möchte ihre elektronischen Kommunikationssysteme gezielt einsetzen, um ihr erweitertes Tätigkeitsspektrum in der Öffentlichkeit und gegenüber potentiellen Kunden noch besser präsentieren zu können.

Geben Sie **7** Inhalte an, die auf der Web-Site einer Gesundheitseinrichtung wie der Medical GmbH grundsätzlich enthalten sein sollen!

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!