

Spezielle betriebliche Funktionen	Abkürzung		Verantwortlich		Schwerpunkt 1	
	MIGKH-21		Prof. Dr. Pohl			
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfügen über ein breites und integriertes Wissen über die Organisation und spezielles Marketingwissen in Krankenhäusern und angrenzenden Gesundheitseinrichtungen,</li> <li>• Verfügen über fundierte Kenntnisse der Organisations- und Marktdynamik in Einrichtungen des Gesundheitswesens,</li> <li>• Verfügen über fundierte Kenntnisse der Besonderheiten des Marketings und der Organisation in Einrichtungen des Gesundheitswesens,</li> <li>• Verfügen über ein kritisches Verständnis der Theorien und Methoden der Organisation, Organisationsentwicklung, des Change Managements, des Prozessmanagements und des Dienstleistungsmarketings,</li> <li>• Können sich selbständig vertieft in Theorien des Dienstleistungsmarketings, der Organisation, der Organisationsentwicklung und des Prozessmanagements einarbeiten,</li> <li>• Können u. a. Marketing, Organisationsinhalte, Prozessmanagement, Klinische Pfade mit Unterstützung von Literatur im Tätigkeitsfeld anwenden,</li> <li>• Können Fragestellungen der Praxis in diesen Bereichen konzeptualisieren, Problemlösungen erarbeiten und weiterentwickeln,</li> <li>• Können auf wissenschaftlicher Basis Praxisabläufe und praxisrelevante Informationen bewerten und kritisch reflektieren.</li> </ul>					
<b>Lehrveranstaltungen</b>	LV-Bezeichnung	Semester	Häufigkeit (pro Jahr)	Dauer (Sem.)	Dozent/in	
	Krankenhausorganisation	5	1	1	Prof. Dr. Pohl	
	Dienstleistungsmarketing	5	1	1	Dipl.-Soz.ök.Tepaß	
<b>Lehrinhalte</b>	<p><b>Krankenhausorganisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Managementprozess</li> <li>• Steuerung von Organisationen</li> <li>• Entwicklung branchenspezifischer Organisationsmodelle</li> <li>• Besonderheiten von Gesundheitseinrichtungen</li> <li>• Organisationsstrukturen in Krankenhäusern</li> <li>• Organisationsveränderung</li> <li>• Organisationsentwicklung</li> <li>• Prozessmanagement</li> <li>• Klinische Behandlungspfade</li> </ul> <p><b>Dienstleistungsmarketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings</li> <li>• Kaufentscheidungsprozesse im Gesundheitswesen</li> <li>• Branchenspezifische Aspekte des strategischen Dienstleistungsmarketings</li> <li>• Strategieentwicklung, Analyse- und Planungskonzepte</li> <li>• Operatives Dienstleistungsmarketing, Marketinginstrumente</li> <li>• Online Marketing und E-Health</li> <li>• Entwicklungstendenzen im Dienstleistungsmarketing</li> </ul>					
<b>Umfang, CP, Prüfungen</b>	LV-Bezeichnung	Lehr- und Lernmethoden	SWS	LP	Aufwand (Std.) Kontaktstudium    Selbststudium	Prüfungsform (Voraussetzung für LP)
	Krankenhausorganisation	VSÜ	4	9	90    180	K120/H2/R
	Dienstleistungsmarketing	VSÜ	2			
<b>Teilnahmevoraussetzung</b>	Teilnahme an den Modulen der ersten drei Semester					
<b>Verwendbarkeit im Studium</b>	obligatorisch für den Studienschwerpunkt „Krankenhäuser“					

