Klausur – Aufgaben

HAMBURGER · FERN-HOCHSCHULE · HFH ·
UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

Studiengang	**Pflegemanagement**
Fach	**Allg. Betriebswirtschaftslehre/ Pflegewirtschaftslehre**
Art der Leistung	**Prüfungsleistung**
Klausur-Knz.	**PM-BWH-P12-040626**
Datum	**26.06.2004**

Die Klausur besteht aus 5 Aufgabenkomplexen, von denen alle zu lösen sind.

Ihnen stehen 90 Minuten für die Lösung zur Verfügung. Die maximal erreichbare Punktzahl beträgt 100 Punkte. Zum Bestehen der Klausur müssen mindestens 50 % der Gesamtpunktzahl erzielt werden.
Lassen Sie 1/3 Rand für die Korrekturen und **schreiben Sie unbedingt leserlich**.
Denken Sie an Name und Matrikelnummer auf den von Ihnen benutzten Lösungsblättern.

Bearbeitungszeit: 90 Minuten
Anzahl der Aufgabenkomplexe: 5
Höchstpunktzahl: 100
zulässige Hilfsmittel: keine

Bewertungsschlüssel

Aufgabe	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	insg.
max. erreichbare Punkte	20	16	20	17	27	100
erreichte Punkte 1. Prüfer						
erreichte Punkte 2. Prüfer						

Notenspiegel

Note	1,0	1,3	1,7	2,0	2,3	2,7	3,0	3,3	3,7	4,0	5,0
notw. Punkte	100-95	94,5-90	89,5-85	84,5-80	79,5-75	74,5-70	69,5-65	64,5-60	59,5-55	54,5-50	49,5-0

Aufgabe 1: Marketing — 20 Punkte

Erörtern Sie 4 wesentliche Definitionen des Marketing. — 20 Punkte

Aufgabe 2: Dienstleistungsmarketing — 16 Punkte

a) Definieren Sie den Begriff „strategische Geschäftsfelder“ und erklären Sie kurz, warum strategische Geschäftsfelder segmentiert (abgegrenzt) werden sollen? — 10 Punkte

b) Bilden Sie am Beispiel einer Unternehmensberatung eine Segmentierung der Kunden nach zwei Kriterien. — 6 Punkte

Aufgabe 3: Controlling — 20 Punkte

a) Warum ist Controlling notwendig? — 5 Punkte

b) Welche Aufgaben hat die Finanzrechnung? — 5 Punkte

c) Erläutern Sie die Inhalte der Begriffe „Kennzahlen“ und „Kennzahlensysteme“. — 10 Punkte

Aufgabe 4: Pflegewirtschaftliche Grundlagen — 17 Punkte

Skizzieren Sie das Konzept des integrierten Krankenhausmanagements. — 17 Punkte

Aufgabe 5: Krankenhaus — 27 Punkte

Charakterisieren Sie Aufgabe und Verfahren der Kostenstellenrechnung im Krankenhaus. — 27 Punkte

Klausur – Korrektur – Richtlinien

HAMBURGER · FERN-HOCHSCHULE · HFH ·
UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

Studiengang	**Pflegemanagement**
Fach	**Allg. Betriebswirtschaftslehre/Pflegewirtschaftslehre**
Art der Leistung	**Prüfungsleistung**
Klausur-Knz.	**PM-BWH-P12-040626**
Datum	**26.06.2004**

Um größtmögliche Gerechtigkeit zu erreichen, ist nachfolgend zu jeder Aufgabe eine Musterlösung inklusive der Verteilung der Punkte auf Teilaufgaben zu finden. Natürlich ist es unmöglich, jede denkbare Lösung anzugeben. Stoßen Sie bei der Korrektur auf eine andere als die als richtig angegebene Lösung, ist eine entsprechende Punktzahl zu vergeben. Richtige Gedanken und Lösungsansätze sollten positiv bewertet werden.
Sind in der Musterlösung die Punkte für eine Teilaufgabe summarisch angegeben, so ist die Verteilung dieser Punkte auf Teillösungen dem Korrektor überlassen.

50 % der insgesamt zu erreichenden Punktzahl (hier also 50 Punkte von 100 möglichen) reichen aus, um die Klausur erfolgreich zu bestehen.

Die differenzierte Bewertung in Noten nehmen Sie nach folgendem Bewertungsschema vor:

Bewertungsschlüssel

Aufgabe	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	insg.
max. erreichbare Punkte	20	16	20	17	27	100
erreichte Punkte 1. Prüfer						
erreichte Punkte 2. Prüfer						

Notenspiegel

Note	1,0	1,3	1,7	2,0	2,3	2,7	3,0	3,3	3,7	4,0	5,0
notw. Punkte	100-95	94,5-90	89,5-85	84,5-80	79,5-75	74,5-70	69,5-65	64,5-60	59,5-55	54,5-50	49,5-0

Die korrigierten Arbeiten reichen Sie bitte spätestens bis zum

13.07.2004

bei Ihrem Studienzentrum ein. Dies muss persönlich oder per Einschreiben erfolgen. Der Abgabetermin ist unbedingt einzuhalten. Sollte sich aus vorher nicht absehbaren Gründen eine Terminüberschreitung abzeichnen, so bitten wir Sie, dies unverzüglich Ihrem Studienzentrum anzuzeigen.

Lösung Aufgabe 1: Marketing — 20 Punkte

Marketing wurde und wird unterschiedlich definiert.

Der Begriff kann sinngemäß mit „in den Markt hineingehen“ oder „etwas in den Markt hineinbringen“ übersetzt werden. Dieser Intension folgt eine, heute etwas veraltete und inhaltlich begrenzte Begriffsauffassung. Nach ihr besteht die Aufgabe von Marketing vor allem im Absatz, also dem Verkauf von Gütern (Waren oder Dienstleistungen). Nach dieser Auffassung erfolgt Marketing in Unternehmen über die Absatzpolitik. — 5 Punkte

In anderen Definitionen wird Marketing inhaltlich weiter gefasst. Neben dem Verkauf gehört – nach dieser Richtung – zum Marketing auch das Erfassen der Kundenbedürfnisse, deren gezielte Beeinflussung und die gezielte Produktion von Gütern für die Kundenbedürfnisse. Marketing gehört nach diesem Ansatz zu den unternehmerischen Grundaufgaben. Er wird u.a. vertreten von Meffert, Bruhn und der AMA. — 5 Punkte

Die inhaltlich weiteste Definition von Marketing stammt von Kotler. Danach ist Marketing eine Tätigkeit, die darauf abzielt, durch Austauschprozesse Bedürfnisse und Wünsche zu befriedigen. Diese Definition beschränkt Marketing nicht mehr auf kommerzielle Unternehmen. Damit reflektiert sie den Wettbewerb auch nichtkommerzieller Organisationen um die Kunden. — 5 Punkte

Neuere Definitionen verstehen unter Marketing die Abstimmung sämtlicher Aktivitäten und Unternehmensbereiche auf die Interessen der Kunden. Danach ist Marketing keine Aufgabe einer separaten betrieblichen Abteilung, sondern aller Unternehmensbereiche. Es kann nur durch eine ganzheitliche Unternehmenskonzeption realisiert werden. (SB 1, S. 8 ff.) — 5 Punkte

Lösung Aufgabe 2: Dienstleistungsmarketing — 16 Punkte

a) Strategische Geschäftsfelder sind homogene Marktsegmente. Sie unterscheiden sich in ihren Kundenmerkmalen (abnehmerbezogene Kriterien). Sie werden gebildet durch Segmentierung innerhalb der gesamten Geschäftsvorfälle. — 5 Punkte

Durch die Bildung von strategischen Geschäftsfeldern können die Unternehmen ihre Angebote differenzieren. Sie können gezielt Waren oder Dienstleistungen auf die Bedürfnisse und die Kaufkraft der Kunden eines strategischen Geschäftsfeldes ausrichten. (SB 3, S. 6 ff.) — 5 Punkte

b) Kriterien der Segmentierung von Kunden einer Unternehmensberatung sind beispielsweise (SB 3, S. 6): — 6 Punkte

- Art und Intensität der Geschäftsbeziehung (Hauptkunde/Nebenkunde)
- Umsatz der Kunden

Lösung Aufgabe 3: Controlling — 20 Punkte

a) Controlling ermöglicht die Koordination des Führungssystems. Durch Controlling können die Entscheidungen der einzelnen unternehmerischen oder organisatorischen Teilsysteme aufeinander abgestimmt werden, so dass sie dem Gesamtwohl des Unternehmens dienen. (SB 4, S. 5-6) — 5 Punkte

b) Die Finanzrechnung ist Teil des Controlling. Ihre vorrangigen Aufgaben sind die Sicherung der Liquidität des Unternehmens und die Verbesserung seiner Rentabilität. Hierzu bedient sich die Finanzrechnung der Finanzplanung und der Finanzkontrolle (Instrumente der Finanzrechnung). (SB 4, S. 35 ff.) — 5 Punkte

c) Kennzahlen erfassen quantitative Sachverhalte in konzentrierter Form. Sie geben Informationen über betriebswirtschaftliche Tatbestände. Die Vorteile von Kennzahlen liegen im Verdeutlichen komplizierter Sachverhalte und der Möglichkeit, diese Zahlen zu verdichten. — 5 Punkte

Da Kennzahlen allein und isoliert betrachtet betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu stark reduzieren können, ist eine Zusammenstellung von Kennzahlen zu einem Kennzahlensystem sinnvoll. Dadurch werden die Beziehungen zwischen den einzelnen Elementen erfasst und erklärt. (SB 4, S. 44 ff.) 5 Punkte

Lösung Aufgabe 4: Pflegewirtschaftliche Grundlagen 17 Punkte

Das Konzept des integrierten Krankenhausmanagements unterscheidet horizontale und vertikale Integration. Ziel der Integration ist die Krankenhausentwicklung. 3 Punkte

Die horizontale Integration systematisiert Krankenhaus-Management in das normative (begründe), strategische (ausrichtende) und operative (vollziehende) Management. Die Übergänge zwischen den drei Ebenen sind oft fließend. 5 Punkte

Die vertikale Integration kommt zustande durch (1) **Aktivitäten**, d.h. ausgehend von den Krankenhausphilosophien und Krankenhauskultur werden die Mission und strategische Programme entwickelt. Sie münden in (2) **Strukturen**, wie der Krankenhausverfassung, der Organisations- und der Aufbaustruktur und beeinflussen (3) **Verhalten**, wie bei der Leistungserbringung und der Kooperation. (SB 5, S. 25) 9 Punkte

Lösung Aufgabe 5: Krankenhaus 27 Punkte

Aufgabe der Kostenstellenrechung ist es, die Einzel- und Gemeinkosten zutreffend und sachgemäß zu verteilen. Kostenstellen tragen mit dazu bei, dass im Krankenhaus Verantwortungsbereiche geschaffen werden, die dem Krankenhausmanagement eine bessere betriebsinterne Steuerung ermöglichen. Die Ausgangsfrage lautet: Wo sind die Kosten entstanden? Die Ziele der Kostenstellenrechnung sind: (1) Budgetierung der Kostenstellen, (2) Kosten- und Wirtschaftlichkeitskontrolle und (3) Grundlage der Kostenträgerrechnung. 9 Punkte

Verfahren der Kostenstellenrechnung: Das Krankenhaus hat die auf Grund seiner Aufgaben und Struktur erforderlichen Kostenstellen zu bilden. Es sollen mindestens die Kostenstellen gebildet werden, die sich aus dem Kostenstellenrahmen der Krankenhausbuchführungsverordnung ergeben. Die Kosten sind aus der Buchführung nachprüfbar herzuleiten. Die Kosten und Leistungen sind verursachungsgerecht nach Kostenstellen zu erfassen, sie sind darüber hinaus den anfordernden Kostenstellen zuzuordnen. Bei der Bildung von Kostenstellen ist zu beachten, dass die Kostenstellen eindeutig voneinander abgegrenzt werden und dabei der Grundsatz der Wirtschaftlichkeit und Übersichtlichkeit beachtet wird. 10 Punkte

Es werden Vor-, Hilfs-, End- und Nebenkostenstellen unterschieden. Vorkostenstellen (z.B. Verwaltung des Krankenhauses) erbringen innerbetriebliche Leistungen für andere Kostenstellen. Hilfskostenstellen (z.B. Speisenversorgung) sind indirekt an der betrieblichen Leistungserstellung beteiligt. Bei den Endkostenstellen (z.B. Kardiologie) findet keine weitere Verrechnung der Kosten statt. In den Nebenkostenstellen (z.B. Forschung und Lehre) werden Nebenleistungen erbracht. (SB 7, S. 21 ff.) 8 Punkte