Spezielle betriebliche Funktionen	Modulkürzel	verantwortlich	Schwerpunkt-modul
	MAGKH-22	Prof. Dr. Batzdorfer	

Qualifikations-/Kompetenzziele	**Wissen und Verstehen**	Die Studierenden kennen grundlegende theoretische Ansätze zur Organisation von Krankenhäusern und angrenzender Gesundheitseinrichtungen sowie deren Besonderheiten im Bereich des Marketings. Sie sind in der Lage, diese Ansätze und Besonderheiten wiederzugeben und zu erläutern und somit grundlegende Mechanismen von Gesundheitsbetrieben zu beschreiben. In Weiterentwicklung dessen sowie in Verbindung mit Kenntnissen zur Organisations- und Marktdynamik in Einrichtungen des Gesundheitswesens sind die Studierenden zur Reflektion dieser Besonderheiten befähigt und es gelingt ihnen, die Spezifitäten der Gesundheitsbetriebe im Vergleich zu Betrieben weiterer Sektoren der Wirtschaft zu analysieren und entsprechend darzulegen. Möglichkeiten der Organisationsveränderung/-entwicklung sowie zur Weiterentwicklung des Dienstleistungsmarketings in Krankenhäusern werden von den Studierenden wiedergeben, erklärt und reflektiert.
	Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen	Die Studierenden gestalten verschiedene Handlungsalternativen, Instrumente und Ansätze der Organisationsentwicklung sowie des Prozess- und Marketingmanagements in Krankenhäusern situationsbezogen sowie erkenntnistheoretisch begründet aus und reflektieren die Ergebnisse kritisch. Hierbei wenden sie Inhalte des Marketings, der Organisationslehre, des Prozessmanagements branchenspezifisch unter Einbeziehung der einschlägigen Fachliteratur an. Die Bearbeitung anwendungsorientierter Fallstudien trägt zu weiterführenden Lernprozessen bei, im Rahmen derer die Studierenden Forschungsfragen ableiten.
	Kommunikation und Kooperation	Die Studierenden arbeiten in Gruppen an sachbezogenen Problemlösungen und vertreten diese in methodisch und fachlich fundierter Argumentation anderen Gruppen gegenüber. Sie sind in der Lage, die Problemlösungen anderer Gruppen zu reflektieren und hierzu ein fundiertes Feedback zu geben.
	Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität	Die Studierenden schätzen die Umsetzung von Prozessen im Kontext der Krankenhausorganisation und des Dienstleistungsmarketings auf der Grundlage wissenschaftlicher Methoden ein. Sie sind in der Lage, die Rahmenbedingungen zu erkennen und situationsadäquate Entscheidungen vorzubereiten, deren Auswirkungen einzuschätzen und dieses adäquat zu präsentieren.
Lehrinhalte		**Krankenhausorganisation** Managementprozess; Steuerung von Organisationen; Entwicklung branchenspezifischer Organisationsmodelle; Besonderheiten von Gesundheitseinrichtungen; Organisationsstrukturen in Krankenhäusern; Organisationsveränderung; Organisationsentwicklung; Prozessmanagement; klinische Behandlungspfade **Dienstleistungsmarketing** Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings im Kontext der Krankenhäuser; Kaufentscheidungsprozesse im Gesundheitswesen; branchenspezifische Aspekte des strategischen Dienstleistungsmarketings; Strategieentwicklung; Analyse- und Planungskonzepte; Operatives Dienstleistungsmarketing; Marketinginstrumente; Online Marketing und E-Health; Entwicklungstendenzen im Dienstleistungsmarketing

Umfang, LP, Prüfungen

Lehr-/Lerngebiet	Sem.	Lehr-/Lern-Arrangement	SWS	LP	Aufwand (Std.) KST	DL	SST	Prüfung
Krankenhausorganisation	5	VSÜ, LIT	4	6	90	0	210	K120/ R##
Dienstleistungsmarketing			2	4				

Häufigkeit	1x pro Studienjahr
Dauer	1 Semester
Voraussetzungen für die Vergabe der LP	erfolgreiches Absolvieren der Prüfungsleistungen
Verwendbarkeit im Studium	obligatorisch für den Studiengang