

Spezielle betriebliche Funktionen	Abkürzung		Verantwortlich		Schwerpunkt 1		
	MIGKH-21		Prof. Dr. Pohl				
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • Verfügen über ein breites und integriertes Wissen über die Organisation und spezielles Marketingwissen in Krankenhäusern und angrenzenden Gesundheitseinrichtungen, • Verfügen über fundierte Kenntnisse der Organisations- und Marktdynamik in Einrichtungen des Gesundheitswesens, • Verfügen über fundierte Kenntnisse der Besonderheiten des Marketings und der Organisation in Einrichtungen des Gesundheitswesens, • Verfügen über ein kritisches Verständnis der Theorien und Methoden der Organisation, Organisationsentwicklung, des Change Managements, des Prozessmanagements und des Dienstleistungsmarketings, • Können sich selbständig vertieft in Theorien des Dienstleistungsmarketings, der Organisation, der Organisationsentwicklung und des Prozessmanagements einarbeiten, • Können u. a. Marketing, Organisationsinhalte, Prozessmanagement, Klinische Pfade mit Unterstützung von Literatur im Tätigkeitsfeld anwenden, • Können Fragestellungen der Praxis in diesen Bereichen konzeptualisieren, Problemlösungen erarbeiten und weiterentwickeln, • Können auf wissenschaftlicher Basis Praxisabläufe und praxisrelevante Informationen bewerten und kritisch reflektieren. 						
Lehrveranstaltungen	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		
Lehrinhalte	Krankenhausorganisation <ul style="list-style-type: none"> • Managementprozess • Steuerung von Organisationen • Entwicklung branchenspezifischer Organisationsmodelle • Besonderheiten von Gesundheitseinrichtungen • Organisationsstrukturen in Krankenhäusern • Organisationsveränderung • Organisationsentwicklung • Prozessmanagement • Klinische Behandlungspfade Dienstleistungsmarketing <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings • 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	LV-Bezeichnung	Lehr- und Lernmethoden	SWS	LP	Aufwand (Std.)		Prüfungsleistung (Voraussetzung für LP)
	Krankenhausorganisation	vsÜ	4	9	90	180	
	Dienstleistungsmarketing	vsÜ	2				
Teilnahmevoraussetzung	Teilnahme an den Modulen der ersten drei Semester						
Verwendbarkeit im Studium	obligatorisch für den Studienschwerpunkt „Krankenhäuser“						