

Einzelmodul als Weiterbildung

Marketing im Gesundheitswesen

Das Einzelmodul ist Teil des weiterbildenden 4semestrigen Masterstudiengangs "Management im Gesundheitswesen" und wird dort im 3. Semester angeboten.

Studienziele

Wissen und Verständnis

Die Studierenden:

- kennen die Grundlagen des Marketings mit ihren Besonderheiten auf den Gesundheitsmärkten,
- kennen Instrumente und Techniken der Marktforschung als Instrument der Marketingplanung, der Wirkungsanalyse von Instrumenten sowie des Marketingcontrollings
- kennen das Marketingkonzept, den Prozess der strategischen Planung sowie das Denken in Wettbewerbsvorteilen und
- kennen operative Entscheidungen und Maßnahmen des erweiterten Marketingmixes („7 P's“) im Dienstleistungsmarketing und speziell im Marketing des Gesundheitswesens.

Kompetenzen

Die Studierenden können

- können ein eigenes Marketing-Konzept aus der beruflichen Praxis im Gesundheitsbereich erstellen,
- können klare Zielsetzungen im Bereich der Gesundheitseinrichtungen für den Planungsprozess und dessen Bedeutung voneinander abgrenzen und bewerten,
- können grundlegende, gesundheitsbezogene Marketingstrategien im Marketing und wichtige Fragen des Marketingcontrollings erklären und begründen und
- können Erhebungsinstrumente und Erhebungsmethoden am gesundheitsbezogenen Praxisbeispiel beschreiben und erklären.

Zielgruppe

Das Einzelmodul richtet sich vorrangig an berufserfahrene Fachkräfte im Gesundheitswesen, die ihre Kompetenzen im Bereich Management und Ökonomie erweitern wollen, die Führungspositionen in Einrichtungen des Sozial- und Gesundheitswesens anstreben und die für die veränderten Anforderungen im Berufsalltag gewappnet sein wollen.

Modulinhalte

- Anknüpfung an die Grundlagen
 - Grundlagen des Marketings und Begriffsbestimmungen
 - Marketing-Konzeption
 - Strategischer Planungsprozess
- Marktforschung
 - Begriffsbestimmung und Aufgaben
 - Arten der Marktforschung
 - moderne Marktforschungsansätze (Marketing Intelligence)
 - Gütekriterien der empirischen Forschung
 - Entscheidungskriterien über den Einsatz von Erhebungsinstrumenten
 - Experiment, Befragung und Beobachtung
- Marketinginstrumente
 - Produktpolitik
 - Preispolitik und Preisbildung
 - Distributionspolitik

Einzelmodul als Weiterbildung

- Kommunikationspolitik: Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, etc.
- Personalpolitik als Instrument des internen Marketings
- Prozesspolitik
- Ausstattungspolitik (Physical Facilities)
- Grundlagen des Dienstleistungsmarketings im Gesundheitswesen
 - Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings (Uno-Actu-Prinzip, Materialisierung von Fähigkeitspotenzialen, Bedeutung des Faktors Personal, ...)
 - Marktforschung und Marketing am Beispiel eines Krankenhauses
- Zuweisermarketing
- Markenbildung und Markenführung
- Öffentlichkeitsarbeit und Krisenkommunikation in Einrichtungen des Gesundheitswesens

Voraussetzungen

Die Zulassungsvoraussetzungen sind gemäß [Studien- und Prüfungsordnung](#) für das Studium von einzelnen Modulen aus bestimmten Studiengängen und der Studien- und Prüfungsordnung des zugrundeliegenden weiterbildenden Masterstudiengangs "Management im Gesundheitswesen" geregelt.

Zulassungsvoraussetzungen sind insbesondere:

- ein erster berufsqualifizierender akademischer Abschluss im Fachgebiet Gesundheits- und Sozialwissenschaften, Medizin oder Betriebswirtschaft (min. 210 Credits bei einem Bachelor-Abschluss) und
- eine mindestens einjährige qualifizierte berufspraktische Erfahrung in den genannten Fachgebieten.

Bewerberinnen und Bewerber, die nicht die erforderlichen 210 Credits, aber mindestens 180 Credits und eine mindestens 2-jährige qualifizierte berufspraktische Erfahrung in einem gesundheits-, sozialwissenschaftlichen, medizinischen oder betriebswirtschaftlichen Fachgebiet nachweisen, können zugelassen werden.

Studienorganisation

Das weiterbildende Fernstudium Management im Gesundheitswesen umfasst vier Semester, die sich in Präsenz- und Selbstlernphasen gliedern. Pro Semester werden für gewöhnlich vier Präsenzphasen angeboten, die als Blockveranstaltungen an der Hochschule Magdeburg-Stendal durchgeführt werden. Die Präsenzphasen finden in der Regel freitags von 14.00-19.00 Uhr und samstags von 09.00-16.00 Uhr auf dem Campus Magdeburg statt.

Die Lehrinhalte werden in deutscher Sprache vermittelt. In der Selbstlernphase werden Studientexte selbstständig bearbeitet, die zur Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung dienen. Dafür werden den Studierenden Lektüresammlungen, Übungsmaterialien und eine Online-Lernplattform zur Verfügung gestellt.

Zeitlicher Aufwand / Workload

Der Workload für das Einzelmodul beträgt 125 Stunden (17 Std. Präsenz + 108 Std. Selbststudium) und wird mit 5 Credits bewertet.

Prüfungsleistung

Die Prüfungsleistung für dieses Modul ist in der [Studien- und Prüfungsordnung](#) für das Studium von einzelnen Modulen aus bestimmten weiterbildenden Studiengängen vom 20.11.2019 geregelt.

Die Prüfung erfolgt in Form einer mündlichen Prüfung.

Einzelmodul als Weiterbildung

Gebühren

Für das Studium des Einzelmoduls wird eine Gebühr entsprechend der [Gebührenordnung](#) vom 18.12.2019 in Höhe von 600 € erhoben.

Interessieren Sie sich für Fördermöglichkeiten in der Weiterbildung? Informieren Sie sich und Fragen Sie gerne bei der [Weiterbildungsberatung](#) des Zentrums für Weiterbildung nach.