

# Inhaltsverzeichnis

<b>Teil A – Betriebliche Prozesse</b>	<b>8</b>
1. <i>Prinzipien, Strukturen, Aufgaben</i>	8
1.1 Aufgaben und Verantwortung eines modernen Staatswesens	8
1.2 Wirtschaftsordnungen im Kontext des Gesundheits- und Sozialwesens	12
1.3 Gesundheits- und Sozialwesen in der Volkswirtschaft	14
1.4 Prozess- und ordnungspolitische Entscheidungen	16
2.1 Sozialstaatsprinzip	20
2.2 Zuständigkeiten von Bund, Ländern, Kommunen	27
2.3 Gesundheits- und Sozialpolitik der EU	30
3. <i>Rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen</i>	32
3.1 Voraussetzung für die Gründung von Einrichtungen	32
3.2 Regelungen für den Betrieb von Einrichtungen und deren Leistungsbereichen	35
4. <i>Betriebliche Ziele</i>	39
5. <i>Betriebliche Zusammenhänge und strategische Möglichkeiten</i>	42
6. <i>Gestalten und Optimieren von Prozessen</i>	45
7. <i>Organisationstechniken</i>	53
8. <i>Steuern betrieblicher Veränderungsprozesse</i>	57
<b>Teil B – Qualitätsmanagement</b>	<b>66</b>
1. <i>Qualitätspolitik, Qualitätsziele und Qualitätsmanagementsystem</i>	66
1.1 Qualitätsmanagement im Gesundheits- und Sozialwesen	66
1.2 Qualitätsmanagementsysteme im Gesundheits- und Sozialwesen	73
2 <b>Qualitätsmanagementmethoden und –techniken</b>	<b>78</b>
2.1 Aufbau- und Ablauforganisation	78
2.2 Projekt- und Prozessmanagement im Qualitätsmanagement	80
2.3 Prozessoptimierung	88
2.4 Dokumentation des Qualitätsmanagements	93
3. <i>Prozessdaten und Qualitätsindikatoren</i>	94
4. <i>Risikomanagement</i>	99

<i>5. Methoden des Zeit- und Selbstmanagements</i>	<b>103</b>
<b>Teil C – Schnittstellen und Projekte</b>	<b>106</b>
<i>1. Schnittstellen und Kooperationen</i>	<b>106</b>
1.1 Interne und externe Schnittstellen	<b>106</b>
1.2 Interdisziplinäre Kooperationsbeziehungen und Versorgungsformen	<b>108</b>
<i>2. Kommunikation zwischen den Berufsgruppen</i>	<b>113</b>
<i>3. Projekte und Projektgruppen</i>	<b>122</b>
3.1 Aufgaben und Ziele des Projektmanagements	<b>122</b>
3.2 Informations- und Definitionsphasen von Projekten	<b>127</b>
3.3 Projektgruppen	<b>131</b>
3.4 Projektorganisation, -koordination, -überwachung und Projektabschluss	<b>133</b>
<b>Teil D – Betriebswirtschaft</b>	<b>137</b>
<i>1. Jahresabschlussarbeiten</i>	<b>137</b>
1.1 Jahresabschluss im betrieblichen Prozess	<b>137</b>
1.2 Prozess der Inventarisierung	<b>139</b>
1.3 Vermögen und Schulden	<b>141</b>
1.4 Bilanzschema	<b>146</b>
<i>2. Finanzierungssysteme</i>	<b>152</b>
2.1 Finanzierung des Gesundheitswesens	<b>152</b>
2.2 Finanzierung des Sozialwesens	<b>169</b>
<i>3. Kosten- und Leistungsrechnung</i>	<b>179</b>
3.1 Kosten aus der Gewinn- und Verlustrechnung	<b>179</b>
3.2 Kostenstellenrechnung	<b>183</b>
3.3 Kostenträgerrechnung	<b>186</b>
3.4 Leistungsrechnung	<b>187</b>
3.5 Preise	<b>190</b>
<i>4. Controlling-Instrumente</i>	<b>198</b>
<i>5. Betriebliche Kennzahlen</i>	<b>208</b>
<i>6. Finanz- und Investitionsplanung</i>	<b>212</b>
6.1 Investitionsplan	<b>212</b>
6.2 Finanzierungsplan	<b>220</b>
6.3 Liquidationsplan	<b>223</b>

<b>Teil E – Personal</b>	<b>225</b>
1. <i>Planen, Beschaffen, Auswählen und Einsetzen von Personal</i>	225
1.1 Ziele der Personalpolitik	225
1.2 Personalbedarfsplanung	229
1.3 Personalbeschaffung und Personalauswahl	232
1.4 Personaleinsatz	237
2. <i>Personalmaßnahmen</i>	240
2.1 Personalbeurteilung	240
2.2 Personalfreisetzung und -fluktuation	243
3. <i>Ausbildung</i>	246
3.1 Grundsätze der Ausbildung	246
3.2 Anforderungen an den Auszubildenden	251
3.3 Ausbildung und betrieblicher Ausbildungsprozess	253
4. <i>Personalzufriedenheit</i>	258
4.1 Unternehmenskultur und Führungsgrundsätze	258
4.2 Teambildung	262
4.4 Führungstechniken und Führungsinstrumente	267
5. <i>Personalentwicklung: Potenziale und Ziele</i>	270
5.1 Ziele und Strategien der Personalentwicklung	270
5.2 Personalentwicklungsmaßnahmen	273
6. <i>Konfliktmanagement</i>	276
<b>Teil F - Marketing</b>	<b>280</b>
1. <i>Marktanalysen</i>	280
1.1 Marketing als Managementaufgabe	280
1.2 Markterkundung und Marktforschung	284
1.3 Marktanalysen	288
2. <i>Marketingziele</i>	295
2.1 Unternehmensgrundsätze	295
2.2 Definition von Marketingzielen	300
3. <i>Marketingkonzepte</i>	303
3.1 Marketingmaßnahmen	303
3.2 Marketing-Budget und Marketing-Controlling	310
4. <i>Marketing-, Sponsoring- und Fundraising-Maßnahmen</i>	311
4.1 Wettbewerbsbeschränkungen	311

<i>4.2 Öffentlichkeitsarbeit</i>	<b>313</b>
<i>4.3 Fundraising</i>	<b>318</b>
<i>5. Methoden des Sozialmarketings</i>	<b>324</b>
<i>6. Maßnahmen im Gesundheitsmarketing</i>	<b>327</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>329</b>

---