

Betriebswirtschaftliche Praxisführung (40 Stunden)

1. Praxisorganisation (6)
 - 1.1. Bei Maßnahmen der Aufbauorganisation mitwirken
 - 1.1.1. Ist-Analyse
 - 1.1.2. Gestaltungsfelder der Aufbauorganisation
 - 1.1.3. Erstellung von Organigrammen, Funktionsbeschreibungen usw.
 - 1.2. Bei Maßnahmen der Ablauforganisation mitwirken
 - 1.2.1. Ist-Analyse
 - 1.2.2. Gestaltungsfelder der Ablauforganisation
 - 1.2.3. Prozessoptimierungen
 - 1.3. Organisationsmittel/-methoden ökonomisch einsetzen
 - 1.3.1. Bürotechniken, Büroorganisation
 - 1.3.2. Informations- und Kommunikationstechnologien
 - 1.3.3. Hardware-Einsatz
2. Kostenmanagement (10)
 - 2.1. Grundlagen der Buchführung und Kostenrechnung anwenden
 - 2.1.1. Doppelte Buchführung
 - 2.1.2. Gewinn- und Verlustrechnung, Kostenarten
 - 2.1.3. Kostenrechnungssysteme
 - 2.2. Controllingmaßnahmen durchführen
 - 2.2.1. Einsparpotenziale in allen Bereichen der Betriebsführung erarbeiten
 - 2.2.2. Vorschläge für Controllingmaßnahmen erstellen
 - 2.2.3. Durchführung von Einzelmaßnahmen
 - 2.3. Zahlungsverkehr prüfen
 - 2.3.1. Rechnungserstellung (Liquidation)
 - 2.3.2. Zahlungsausgang
 - 2.3.3. Mahnwesen
 - 2.4. mit Dritten zusammenarbeiten
 - 2.4.1. Steuerberater
 - 2.4.2. Externe Rechnungserstellung
 - 2.4.3. Mahnwesen, Mahnverfahren
3. Praxiseinkauf (8)
 - 3.1. Günstige Bezugsquellen für Waren/Dienstleistungen ermitteln
 - 3.1.1. Marktanalyse
 - 3.1.2. Anfragen erstellen/aufbereiten
 - 3.1.3. Anfragen auswerten
 - 3.2. Angebotsvergleiche vorbereiten, durchführen und auswerten
 - 3.2.1. Angebote einholen
 - 3.2.2. Vergleich von Angeboten
 - 3.2.3. Vergabevorschläge entwickeln
 - 3.3. Praxisbedarf bewirtschaften
 - 3.3.1. Feststellen des Praxisbedarfs
 - 3.3.2. Beschaffung von Praxisbedarf
 - 3.3.3. Bevorratung von Praxisbedarfsartikel
 - 3.4. Mitwirkung bei der Abwicklung von Kaufverträgen
 - 3.4.1. Zustandekommen/Besonderheiten von Kaufverträgen (z. B. AGB's)
 - 3.4.2. Störungen bei der Erfüllung von Kaufverträgen
 - 3.4.3. Mängelrüge, Gewährleistungsansprüche
 - 3.4.4. Besondere Formen von Kauf- und Leasingverträgen
4. Marketing (16)
 - 4.1. Grundlagen des Marketingmanagements beachten

- 4.1.1. Marketing unter berufsrechtlichen Aspekten
 - 4.1.2. Branchentypische Marketingkonzepte
 - 4.1.3. Grundlagen der Markt- und Marketingforschung
- 4.2. Bei Marktanalysen mitwirken
 - 4.2.1. Grundlagen von analyse- und Prognoseverfahren
 - 4.2.2. Inhalte/Ziele/Konsequenzen
- 4.3. Leistungsangebot der Praxis prüfen
 - 4.3.1. Leistungskatalog GKV
 - 4.3.2. Patientenbefragungen
 - 4.3.3. Zusammenarbeit mit anderen Organisationen
- 4.4. Bei der Durchführung/Implementierung von Marketingmaßnahmen mitwirken
 - 4.4.1. Leitbild
 - 4.4.2. Angebote individueller Gesundheitsleistungen
 - 4.4.3. Maßnahmen zur Patientenbindung und –begleitung
 - 4.4.4. Benchmarking-Maßnahmen