

Klausur – Mantelbogen



UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

Name, Vorname	
Matrikel-Nr.	
Studienzentrum	
Studiengang	Pflegemanagement
Studienfach	Informations- und Kommunikationstechnologien
Art der Leistung	Prüfungsleistung
Klausur-Kennzeichen	PM-IUK-P12-121201
Datum	01.12.2012

Ausgegebene Arbeitsbögen _____

Abgegebene Arbeitsbögen _____

Ort, Datum

Ort, Datum

Name in Druckbuchstaben und Unterschrift Aufsichtsführende(r)

Prüfungskandidat(in)

Aufgabe		1	2	3	4	Σ	Note
max. Punktzahl		31	28	23	18	100	
Bewertung	Prüfer(in)						
	ggf. Gutachter(in) ¹						

Prüfer(in) (Name in Druckbuchstaben)

Datum, Unterschrift

ggf. Gutachter(in) (Name in Druckbuchstaben)

Datum, Unterschrift

¹ Ggf. Gutachten im Rahmen eines Widerspruchsverfahrens

Anmerkungen Prüfer(in):

Datum, Unterschrift

Anmerkungen Gutachter(in):

Datum, Unterschrift

Sonstige Anmerkungen:

Datum, Unterschrift

Studiengang	Pflegemanagement
Studienfach	Informations- und Kommunikationstechnologien
Art der Leistung	Prüfungsleistung
Klausur-Kennzeichen	PM-IUK-P12-121201
Datum	01.12.2012

Bezüglich der Anfertigung Ihrer Arbeit sind folgende Hinweise verbindlich:

- Verwenden Sie ausschließlich das vom Aufsichtsführenden **zur Verfügung gestellte Papier**, und geben Sie sämtliches Papier (Lösungen, Schmierzettel und nicht gebrauchte Blätter) zum Schluss der Klausur wieder bei Ihrem Aufsichtsführenden ab. Eine nicht vollständig abgegebene Klausur gilt als nicht bestanden.
- Beschriften Sie jeden Bogen mit Ihrem **Namen und Ihrer Immatrikulationsnummer**. Lassen Sie bitte auf jeder Seite 1/3 ihrer Breite als Rand für Korrekturen frei, und nummerieren Sie die Seiten fortlaufend. Notieren Sie bei jeder Ihrer Antworten, auf welche Aufgabe bzw. Teilaufgabe sich diese bezieht.
- Die Lösungen und Lösungswege sind in einer für die KorrektantIn/ den Korrektanten **zweifelsfrei lesbaren Schrift** abzufassen (**kein Bleistift**). Korrekturen und Streichungen sind eindeutig vorzunehmen. Unleserliches wird nicht bewertet.
- Bei numerisch zu lösenden Aufgaben ist außer der Lösung stets der **Lösungsweg anzugeben**, aus dem eindeutig hervorzugehen hat, wie die Lösung zustande gekommen ist.
- Die Klausur-Aufgaben können einbehalten werden. Dies bezieht sich **nicht** auf ausgeteilte Arbeitsblätter, auf denen Lösungen einzutragen sind.

Zur Prüfung sind bis auf Schreib- und Zeichenutensilien ausschließlich die nachstehend genannten Hilfsmittel zugelassen. Werden **andere als die hier angegebenen Hilfsmittel verwendet oder Täuschungsversuche** festgestellt, gilt die Prüfung als nicht bestanden und wird mit der Note **5** bewertet.

Bearbeitungszeit:	90 Minuten
Anzahl der Aufgaben:	4
Höchstpunktzahl:	100
Hilfsmittel:	keine

Aufgabe	1	2	3	4	insg.
max. Punktzahl	31	28	23	18	100

Viel Erfolg!

Aufgabe 1: Unternehmenskommunikation **31 Punkte**

- 1.1 Sie möchten eine integrierte Kommunikation im Unternehmen einführen. Welche Gestaltungsbereiche haben Sie? Nennen und beschreiben Sie fünf Bereiche. 15 Punkte
- 1.2 Die interne Kommunikation in einem Unternehmen verfolgt mehrere Zielsetzungen. Nennen Sie vier Zielsetzungen und geben Sie jeweils ein Beispiel zur Umsetzung. 16 Punkte

Aufgabe 2: Wissen in Organisationen **28 Punkte**

- 2.1 Das Nutzenpotential von Wissen ist in den Unternehmen bekannt. Beim Einsatz von Wissensmanagement sind neben den Erfolgsfaktoren aber auch Barrieren festzustellen. Nennen Sie jeweils fünf Erfolgsfaktoren und fünf Barrieren für das Wissensmanagement. 10 Punkte
- 2.2 Die Beteiligung der Mitarbeiter an den Wissensprozessen ist in den Unternehmen eine Führungsaufgabe. Damit die Wissens(ver)teilung unter den Mitarbeitern unterstützt wird, sollten die Arbeitsinhalte bestimmten Anforderungen genügen. Beschreiben Sie drei Kriterien zur Gestaltung von Arbeitsinhalten, die die Wissens(ver)teilung unterstützen, und geben Sie jeweils ein Beispiel. 18 Punkte

Aufgabe 3: Instrumente des Wissensmanagements **23 Punkte**

- 3.1 Mit Lessons Learned werden in den Unternehmen Erfahrungen aus der Vergangenheit dokumentiert, um Erfolge zu nutzen und Misserfolge bzw. Fehler künftig zu vermeiden. Mit Hilfe von Leitfragen lassen sich Lessons Learned identifizieren. Formulieren Sie fünf Leitfragen zur Identifizierung von Lessons Learned. 10 Punkte
- 3.2 Wissen ist für viele Unternehmen zu einer Form von „Kapital“ geworden und kann mit Hilfe einer „Wissensbilanz“ erfasst werden. Beschreiben Sie, was unter einer „Wissensbilanz“ zu verstehen ist. Nennen Sie zusätzlich vier Gründe, warum ein Unternehmen eine Wissensbilanz erstellen sollte. 13 Punkte

Aufgabe 4: IT-Medien im Wissensmanagement **18 Punkte**

- 4.1 Es gibt verschiedene Quellen zur Wissensaneignung. Generell wird zwischen Pull- und Push-Systemen unterschieden. Beschreiben Sie, was unter Pull-Systemen und was unter Push-Systemen zu verstehen ist. Geben Sie jeweils zwei Beispiele (in Stichworten) aus Ihrer beruflichen Praxis. Die Beispiele sollen jeweils auch unterschiedliche Formen dokumentieren. 8 Punkte
- 4.2 Sie möchten im Internet eine Webseite installieren, die von Suchmaschinen favorisiert und damit häufig von Nutzern aufgerufen wird. Hierfür ist es erforderlich zu wissen, nach welchen Regeln Suchmaschinen eine Suche durchführen. Nennen Sie fünf Regeln, mit denen Suchmaschinen eine Suche durchführen. 10 Punkte

Studiengang	Pflegemanagement
Studienfach	Informations- und Kommunikationstechnologien
Art der Leistung	Prüfungsleistung
Klausur-Kennzeichen	PM-IUK-P12-121201
Datum	01.12.2012

Für die Bewertung und Abgabe der Prüfungsleistung sind folgende Hinweise verbindlich:

- Die Vergabe der Punkte nehmen Sie bitte so vor, wie in der Korrekturrichtlinie ausgewiesen. Eine summarische Angabe von Punkten für Aufgaben, die in der Korrekturrichtlinie detailliert bewertet worden sind, ist nicht gestattet.
- Nur dann, wenn die Punkte für eine Aufgabe nicht differenziert vorgegeben sind, ist ihre Aufschlüsselung auf die einzelnen Lösungsschritte Ihnen überlassen.
- Stoßen Sie bei Ihrer Korrektur auf einen anderen richtigen als den in der Korrekturrichtlinie angegebenen Lösungsweg, dann nehmen Sie bitte die Verteilung der Punkte sinngemäß zur Korrekturrichtlinie vor.
- Rechenfehler sollten grundsätzlich nur zur Abwertung des betreffenden Teilschrittes führen. Wurde mit einem falschen Zwischenergebnis richtig weitergerechnet, so erteilen Sie die hierfür vorgesehenen Punkte ohne weiteren Abzug.
- Ihre Korrekturhinweise und Punktbewertung nehmen Sie bitte in einer zweifelsfrei lesbaren **roten** Schrift vor.
- Die von Ihnen vergebenen Punkte und die daraus sich gemäß dem nachstehenden Notenschema ergebende Bewertung tragen Sie bitte in den Klausur-Mantelbogen ein. Unterzeichnen Sie bitte Ihre Notenfestlegung auf dem Mantelbogen.
- Gemäß der Prüfungsordnung ist Ihrer Bewertung das folgende Notenschema zu Grunde zu legen:

Note	1,0	1,3	1,7	2,0	2,3	2,7	3,0	3,3	3,7	4,0	5,0
Punktzahl	100-95	94,5-90	89,5-85	84,5-80	79,5-75	74,5-70	69,5-65	64,5-60	59,5-55	54,5-50	49,5-0

Die korrigierten Arbeiten reichen Sie bitte spätestens bis zum

19.12.2012

bei Ihrem Studienzentrum ein. Dies muss persönlich oder per Einschreiben erfolgen. Der Abgabetermin ist unbedingt einzuhalten. Sollte sich aus vorher nicht absehbaren Gründen eine Terminüberschreitung abzeichnen, so bitten wir Sie, dies unverzüglich dem Prüfungsamt der Hochschule anzuzeigen (Tel. 040 / 35094-311 bzw. birgit.hupe@hamburger-fh.de).

Lösung 1

vgl. SB 1, S. 10 f., 23

26 Punkte**1.1 Sie möchten eine integrierte Kommunikation im Unternehmen einführen. Welche Gestaltungsbereiche haben Sie? Nennen und beschreiben Sie fünf Bereiche. max. 15 Punkte**

Gestaltungsbereiche für eine integrierte Kommunikation:

- a) Corporate Vision: die Vorstellung, die sich ein Unternehmen über den eigenen Zustand macht, der durch unternehmerisches Handeln erreicht werden soll.
- b) Corporate Mission: der Auftrag den das Unternehmen sich selbst stellt oder der ihm gestellt ist.
- c) Corporate Philosophy: die ethische Grundlage des Handelns, um die Mission durchzuführen.
- d) Corporate Culture: die Wertvorstellungen, die das kommunikative Handeln der Mitarbeiter nach innen und außen verkörpern. Sie äußern sich in Design, Kommunikation und Verhalten.
- e) Corporate Design: der einheitlich gestaltete Gesamtauftritt des Unternehmens. Anzeigen, Messestände, Unternehmenslogo, Briefpapier, Dienstbekleidung.
- f) Corporate Communications: alle Kommunikationsaktivitäten eines Unternehmens, die darauf gerichtet sind, Einstellungen, Meinungen und Handlungen der Zielgruppen zu beeinflussen beziehungsweise zu verändern.
- g) Corporate Behavior: das gesamte Verhalten des Unternehmens nach außen. Dies äußert sich nicht allein im alltäglichen Umgangston, in Ritualen und dem Gespräch, sondern wird insbesondere in Krisensituationen deutlich.
- h) Corporate Identity: die Identität, die alle Darstellungsformen umfasst, die ein Unternehmen entwickelt, um sich nach innen und außen darzustellen.
- i) Corporate Image: das Fremdbild das sich die Zielgruppe von dem Unternehmen machen soll, das Spiegelbild der Corporate Identity.

je 1 Punkt für die Nennung eines Bereichs;
je 2 Punkte für die Beschreibung

1.2 Die interne Kommunikation in einem Unternehmen verfolgt mehrere Zielsetzungen. Nennen Sie vier Zielsetzungen und geben Sie jeweils ein Beispiel zur Umsetzung. max. 16 Punkte

Zielsetzungen der internen Kommunikation

- a) Das Know-how der Mitarbeiter mobilisieren, und ihr Engagement fördern.
Umsetzungsbeispiel: Wertschätzung von Fort- und Weiterbildung.
- b) Die Akzeptanz von Entscheidungen und Personen stärken.
Umsetzungsbeispiel: Keine Entscheidungen ohne Begründungen vermitteln.
- c) Die Ziele besser umsetzen.
Umsetzungsbeispiel: Entscheidungen nachvollziehbar gestalten.
- d) Die Kommunikationswege optimieren.
Umsetzungsbeispiel: Wichtige Wege formal klar strukturieren, informelle Wege akzeptieren und pflegen (diagonale Kommunikation).

je 2 Punkte für die Zielsetzung; je 2 Punkte für das Beispiel

Auch andere zutreffende Zielsetzungen und Beispiele können gewertet werden.

Lösung 2

vgl. SB 2, S. 7 f., 31 ff.

33 Punkte

- 2.1 Das Nutzenpotential von Wissen ist in den Unternehmen bekannt. Beim Einsatz von Wissensmanagement sind neben den Erfolgsfaktoren aber auch Barrieren festzustellen. Nennen Sie jeweils fünf Erfolgsfaktoren und fünf Barrieren für das Wissensmanagement.** **max. 10 Punkte**

Wissensmanagement trägt dazu bei, ein Erfolgsfaktor zu sein, wenn...

- a) es die Unternehmenskultur prägt;
- b) die Unterstützung durch das obere Management vorhanden ist sowie dessen Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung gesichert ist;
- c) die Information und die Verteilung von Wissen in ausgewogenem Verhältnis von Push und Pull stattfindet;
- d) Beiträge zum Wissensmanagement sich karrierefördernd auswirken;
- e) die EDV als Indikator und Katalysator zum Wissensaustausch genutzt wird;
- f) organisierte Austauschmöglichkeiten vorhanden und angeboten sind;
- g) Wissen den Handlungsspielraum erhöht und Autonomie erlebbar wird auch in der kleinsten Einheit;
- h) Wissensbedürfnisse transparent gemacht werden können.

je 1 Punkt pro
Erfolgsfaktor

Barrieren, die die Umsetzung von Wissensmanagement behindern:

- a) Zeitmangel
- b) fehlendes Bewusstsein
- c) inadäquate Anreizsysteme
- d) lückenhafte und nicht nutzerfreundliche IT
- e) gelebte Werte, die Grenzen aufbauen
- f) Angst vor Veränderungen

je 1 Punkt pro
Barriere

- 2.2 Die Beteiligung der Mitarbeiter an den Wissensprozessen ist in den Unternehmen eine Führungsaufgabe. Damit die Wissens(ver)teilung unter den Mitarbeitern unterstützt wird, sollten die Arbeitsinhalte bestimmten Anforderungen genügen. Beschreiben Sie drei Kriterien zur Gestaltung von Arbeitsinhalten, die die Wissens(ver)teilung unterstützen, und geben Sie jeweils ein Beispiel.** **max. 18 Punkte**

Kriterien für die Gestaltung von Arbeitsinhalten ableiten, die die Wissens(ver)teilung unterstützen:

- Ganzheitlichkeit
Die zu verrichtenden Aufgaben sollten möglichst immer Elemente der Vorbereitung, der Planung, der Ausführung und der Kontrolle umfassen. Damit wird die Bedeutung der Aufgabe besser erfasst.
- Anforderungsvielfalt
Zur Aufgabenerfüllung sollten vielfältige Kenntnisse, Erfahrungen und Fähigkeiten erforderlich sein. Dabei ist eine angemessene Mischung aus Routinetätigkeiten und speziellen Tätigkeiten anzustreben. Eine Aufgabe mit einer hohen Anforderungsvielfalt erfordert umfangreicheres Wissen und führt zu höherer Arbeitszufriedenheit.
- Kooperation und soziale Interaktion
Jede Aufgabe sollte als Teil einer gemeinsam zu bewältigenden, größeren Aufgabe erkennbar sein. So können Probleme bei der Leistungserstellung gemeinsam bewältigt werden. Dabei sollte die Anstrengung des Einzelnen sowohl für den Leistungserbringer als auch für die Kooperationspartner lohnenswert sein.
- Autonomie und Handlungsspielräume
Innerhalb der vorgegebenen Rahmenbedingungen sollte die Möglichkeit bestehen, Inhalte und Zeiten der Aufgabenerbringung weitgehend selbst zu bestimmen. Damit können unterschiedliche Fähigkeiten und Kenntnisse selbstbestimmt zur Anwendung gelangen.

je 3 Punkte für die
Beschreibung der
Kriterien;
je 3 Punkte für ein
Beispiel

- Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten
Durch Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten werden Qualifikation und Flexibilität gleichermaßen gefördert. Aufgaben sind so zu gestalten, dass ständiges Lernen erforderlich ist. Damit wird eine Erweiterung des Wissens notwendig, so dass die gestellten Aufgaben überhaupt bewältigt werden können.

Die Beispiele müssen die Kriterien treffend erläutern.

Lösung 3

vgl. SB 3, S. 21 ff., 26 ff.

23 Punkte

- 3.1 Mit Lessons Learned werden in den Unternehmen Erfahrungen aus der Vergangenheit dokumentiert, um Erfolge zu nutzen und Misserfolge bzw. Fehler künftig zu vermeiden. Mit Hilfe von Leitfragen lassen sich Lessons Learned identifizieren. Formulieren Sie fünf Leitfragen zur Identifizierung von Lessons Learned.** **max. 10 Punkte**

Mögliche Leitfragen zur Identifizierung von Lessons Learned:

- Was ist mit einer „Lesson“ gemeint?
- Was ist mit „Learned“ gemeint?
- Wer hat die Lernerfahrung gemacht?
- Was unterstützt die Aussagekraft jeder Lesson?
- Was spricht dafür, dass Lernen tatsächlich stattgefunden hat?
- Wie ist der kontextuelle Rahmen der Lesson (das bedeutet, unter welchen Rahmenbedingungen sind Erfahrungen anwendbar)?
- Ist die Lernerfahrung spezifisch und bedeutungsvoll genug, um in einer konkreten Weise als Handlungsanleitung zu dienen?
- Für wen könnte das Gelernte noch von Bedeutung zu sein?
- Welche Hinweise für die Nützlichkeit des Gelernten benötigen diejenigen?
- In welchem Zusammenhang steht die Lesson mit anderen Lessons?

je 2 Punkte pro
Leitfrage

Es können auch andere treffende Leitfragen gewertet werden.

- 3.2 Wissen ist für viele Unternehmen zu einer Form von „Kapital“ geworden und kann mit Hilfe einer „Wissensbilanz“ erfasst werden. Beschreiben Sie, was unter einer „Wissensbilanz“ zu verstehen ist. Nennen Sie zusätzlich vier Gründe, warum ein Unternehmen eine Wissensbilanz erstellen sollte.** **max. 13 Punkte**

Beschreibung der Wissensbilanz

5 Punkte

Eine Wissensbilanz ist ein Instrument zur gezielten Darstellung und Entwicklung des intellektuellen Kapitals einer Organisation. Sie zeigt die Zusammenhänge zwischen den organisationalen Zielen, den Geschäftsprozessen, dem Intellektuellen Kapital (IK) und dem Geschäftserfolg einer Organisation auf und beschreibt diese Elemente mittels Indikatoren.

Gründe für die Erstellung einer Wissensbilanz

- Reflexionen über den Wert des Unternehmens jenseits des Geldes,
- Systematische Förderung der Kommunikation innerhalb des Unternehmens,
- Erkennen von Wirkungszusammenhängen im Betrieb,
- Veränderung der Wertschätzung von Wissen,
- Erkennen von Entwicklungsbedarf,
- Erstellung eines öffentlichkeitswirksamen Dokuments zur Publikation.

je 2 Punkte pro
Begründung
(max. 8 Punkte)

Es können auch andere treffende Begründungen gewertet werden.

Lösung 4

vgl. SB 4, S. 18, 16

18 Punkte

4.1 Es gibt verschiedene Quellen zur Wissensaneignung. Generell wird zwischen Pull- und Push-Systemen unterschieden. Beschreiben Sie, was unter Pull-Systemen und was unter Push-Systemen zu verstehen ist. Geben Sie jeweils zwei Beispiele (in Stichworten) aus Ihrer beruflichen Praxis. Die Beispiele sollen jeweils auch unterschiedliche Formen dokumentieren. **max. 8 Punkte**

- Pull-Systeme: Informationssysteme, die bereitstehen und durch die Nutzer bedarfsgerecht abgerufen werden können. Beispiele: Seiten im Intranet, auf denen Nachrichten, Formulare, Listen hinterlegt sind; Suchmaschinen; Wikis; Fachdienste. je 2 Punkte für die Beschreibung;
je 1 Punkt pro Beispiel
- Push-Systeme: Informationssysteme, mit denen Mitarbeiter automatisch versorgt werden. Beispiele: Newsletter; Rundschreiben; E-Mails.

Es können auch andere zutreffende Beispiele gewertet werden.

4.2 Sie möchten im Internet eine Webseite installieren, die von Suchmaschinen favorisiert und damit häufig von Nutzern aufgerufen wird. Hierfür ist es erforderlich zu wissen, nach welchen Regeln Suchmaschinen eine Suche durchführen. Nennen Sie fünf Regeln, mit denen Suchmaschinen eine Suche durchführen. **max. 10 Punkte**

Häufig eingesetzte Regeln von Suchmaschinen:

- ein prägnanter Suchbegriff soll häufig im Dokument erscheinen.
 - ein kurzes Dokument rangiert vor einem langen.
 - Suchbegriffe in Überschriften werden höher bewertet.
 - Seltene Suchbegriffe rangieren vor häufig vorkommenden Worten.
 - Seiten, auf die von anderen Seiten verwiesen werden, erhalten eine höhere Gewichtung.
- je 2 Punkte pro Regel

Es können auch andere zutreffende Regeln gewertet werden.