

RAHMENLEHRPLAN

für den Ausbildungsberuf

Fachangestellter für Markt- und Sozialforschung/

Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2006)

Teil I Vorbemerkungen

Dieser Rahmenlehrplan für den berufsbezogenen Unterricht der Berufsschule ist durch die Ständige Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (KMK) beschlossen worden.

Der Rahmenlehrplan ist mit der entsprechenden Ausbildungsordnung des Bundes (erlassen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie oder dem sonst zuständigen Fachministerium im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung) abgestimmt.

Der Rahmenlehrplan baut grundsätzlich auf dem Hauptschulabschluss auf und beschreibt Mindestanforderungen.

Auf der Grundlage der Ausbildungsordnung und des Rahmenlehrplans, die Ziele und Inhalte der Berufsausbildung regeln, werden die Abschlussqualifikation in einem anerkannten Ausbildungsberuf sowie - in Verbindung mit Unterricht in weiteren Fächern - der Abschluss der Berufsschule vermittelt. Damit werden wesentliche Voraussetzungen für eine qualifizierte Beschäftigung sowie für den Eintritt in schulische und berufliche Fort- und Weiterbildungsgänge geschaffen.

Der Rahmenlehrplan enthält keine methodischen Festlegungen für den Unterricht. Bei der Unterrichtsgestaltung sollen jedoch Unterrichtsmethoden, mit denen Handlungskompetenz unmittelbar gefördert wird, besonders berücksichtigt werden. Selbstständiges und verantwortungsbewusstes Denken und Handeln als übergreifendes Ziel der Ausbildung muss Teil des didaktisch-methodischen Gesamtkonzepts sein.

Die Länder übernehmen den Rahmenlehrplan unmittelbar oder setzen ihn in eigene Lehrpläne um. Im zweiten Fall achten sie darauf, dass das im Rahmenlehrplan erzielte Ergebnis der fachlichen und zeitlichen Abstimmung mit der jeweiligen Ausbildungsordnung erhalten bleibt.

Teil II Bildungsauftrag der Berufsschule

Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag.

Die Berufsschule ist dabei ein eigenständiger Lernort. Sie arbeitet als gleichberechtigter Partner mit den anderen an der Berufsausbildung Beteiligten zusammen. Sie hat die Aufgabe, den Schülern und Schülerinnen berufliche und allgemeine Lerninhalte unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der Berufsausbildung zu vermitteln.

Die Berufsschule hat eine berufliche Grund- und Fachbildung zum Ziel und erweitert die vorher erworbene allgemeine Bildung. Damit will sie zur Erfüllung der Aufgaben im Beruf sowie zur Mitgestaltung der Arbeitswelt und Gesellschaft in sozialer und ökologischer Verantwortung befähigen. Sie richtet sich dabei nach den für die Berufsschule geltenden Regelungen der Schulgesetze der Länder. Insbesondere der berufsbezogene Unterricht orientiert sich außerdem an den für jeden staatlich anerkannten Ausbildungsberuf bundeseinheitlich erlassenen Ordnungsmitteln:

- Rahmenlehrplan der Ständigen Konferenz der Kultusminister und -senatoren der Länder (KMK)
- Verordnung über die Berufsausbildung (Ausbildungsordnung) des Bundes für die betriebliche Ausbildung.

Nach der Rahmenvereinbarung über die Berufsschule (Beschluss der KMK vom 15.03.1991) hat die Berufsschule zum Ziel,

- "eine Berufsfähigkeit zu vermitteln, die Fachkompetenz mit allgemeinen Fähigkeiten humaner und sozialer Art verbindet
- berufliche Flexibilität zur Bewältigung der sich wandelnden Anforderungen in Arbeitswelt und Gesellschaft auch im Hinblick auf das Zusammenwachsen Europas zu entwickeln
- die Bereitschaft zur beruflichen Fort- und Weiterbildung zu wecken
- die Fähigkeit und Bereitschaft zu fördern, bei der individuellen Lebensgestaltung und im öffentlichen Leben verantwortungsbewusst zu handeln."

Zur Erreichung dieser Ziele muss die Berufsschule

- den Unterricht an einer für ihre Aufgabe spezifischen Pädagogik ausrichten, die Handlungsorientierung betont
- unter Berücksichtigung notwendiger beruflicher Spezialisierung berufs- und berufsfeldübergreifende Qualifikationen vermitteln
- ein differenziertes und flexibles Bildungsangebot gewährleisten, um unterschiedlichen Fähigkeiten und Begabungen sowie den jeweiligen Erfordernissen der Arbeitswelt und Gesellschaft gerecht zu werden
- Einblicke in unterschiedliche Formen von Beschäftigung einschließlich unternehmerischer Selbstständigkeit vermitteln, um eine selbstverantwortliche Berufs- und Lebensplanung zu unterstützen
- im Rahmen ihrer Möglichkeiten Behinderte und Benachteiligte umfassend stützen und fördern

- auf die mit Berufsausübung und privater Lebensführung verbundenen Umweltbedrohungen und Unfallgefahren hinweisen und Möglichkeiten zu ihrer Vermeidung bzw. Verminderung aufzeigen.

Die Berufsschule soll darüber hinaus im allgemeinen Unterricht und, soweit es im Rahmen des berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf Kernprobleme unserer Zeit wie zum Beispiel:

- Arbeit und Arbeitslosigkeit,
- friedliches Zusammenleben von Menschen, Völkern und Kulturen in einer Welt unter Wahrung kultureller Identität,
- Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlage sowie
- Gewährleistung der Menschenrechte

eingehen.

Die aufgeführten Ziele sind auf die Entwicklung von **Handlungskompetenz** gerichtet. Diese wird hier verstanden als die Bereitschaft und Befähigung des Einzelnen, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz entfaltet sich in den Dimensionen von Fachkompetenz, Humankompetenz und Sozialkompetenz.

Fachkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens Aufgaben und Probleme zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbstständig zu lösen und das Ergebnis zu beurteilen.

Humankompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, als individuelle Persönlichkeit die Entwicklungschancen, Anforderungen und Einschränkungen in Familie, Beruf und öffentlichem Leben zu klären, zu durchdenken und zu beurteilen, eigene Begabungen zu entfalten sowie Lebenspläne zu fassen und fortzuentwickeln. Sie umfasst Eigenschaften wie Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein. Zu ihr gehören insbesondere auch die Entwicklung durchdachter Wertvorstellungen und die selbstbestimmte Bindung an Werte.

Sozialkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung, soziale Beziehungen zu leben und zu gestalten, Zuwendungen und Spannungen zu erfassen und zu verstehen sowie sich mit Anderen rational und verantwortungsbewusst auseinander zu setzen und zu verständigen. Hierzu gehört insbesondere auch die Entwicklung sozialer Verantwortung und Solidarität.

Bestandteil sowohl von Fachkompetenz als auch von Humankompetenz als auch von Sozialkompetenz sind Methodenkompetenz, kommunikative Kompetenz und Lernkompetenz.

Methodenkompetenz bezeichnet die Bereitschaft und Befähigung zu zielgerichtetem, planmäßigem Vorgehen bei der Bearbeitung von Aufgaben und Problemen (zum Beispiel bei der Planung der Arbeitsschritte).

Kommunikative Kompetenz meint die Bereitschaft und Befähigung, kommunikative Situationen zu verstehen und zu gestalten. Hierzu gehört es, eigene Absichten und Bedürfnisse sowie die der Partner wahrzunehmen, zu verstehen und darzustellen.

Lernkompetenz ist die Bereitschaft und Befähigung, Informationen über Sachverhalte und Zusammenhänge selbstständig und gemeinsam mit Anderen zu verstehen, auszuwerten und in gedankliche Strukturen einzuordnen. Zur Lernkompetenz gehört insbesondere auch die Fähigkeit und Bereitschaft, im Beruf und über den Berufsbereich hinaus Lerntechniken und Lernstrategien zu entwickeln und diese für lebenslanges Lernen zu nutzen.

Teil III Didaktische Grundsätze

Die Zielsetzung der Berufsausbildung erfordert es, den Unterricht an einer auf die Aufgaben der Berufsschule zugeschnittenen Pädagogik auszurichten, die Handlungsorientierung betont und junge Menschen zu selbstständigem Planen, Durchführen und Beurteilen von Arbeitsaufgaben im Rahmen ihrer Berufstätigkeit befähigt.

Lernen in der Berufsschule vollzieht sich grundsätzlich in Beziehung auf konkretes, berufliches Handeln sowie in vielfältigen gedanklichen Operationen, auch gedanklichem Nachvollziehen von Handlungen Anderer. Dieses Lernen ist vor allem an die Reflexion der Vollzüge des Handelns (des Handlungsplans, des Ablaufs, der Ergebnisse) gebunden. Mit dieser gedanklichen Durchdringung beruflicher Arbeit werden die Voraussetzungen für das Lernen in und aus der Arbeit geschaffen. Dies bedeutet für den Rahmenlehrplan, dass das Ziel und die Auswahl der Inhalte berufsbezogen erfolgt.

Auf der Grundlage lerntheoretischer und didaktischer Erkenntnisse werden in einem pragmatischen Ansatz für die Gestaltung handlungsorientierten Unterrichts folgende Orientierungspunkte genannt:

- Didaktische Bezugspunkte sind Situationen, die für die Berufsausübung bedeutsam sind (Lernen für Handeln).
- Den Ausgangspunkt des Lernens bilden Handlungen, möglichst selbst ausgeführt oder aber gedanklich nachvollzogen (Lernen durch Handeln).
- Handlungen müssen von den Lernenden möglichst selbstständig geplant, durchgeführt, überprüft, gegebenenfalls korrigiert und schließlich bewertet werden.
- Handlungen sollten ein ganzheitliches Erfassen der beruflichen Wirklichkeit fördern, zum Beispiel technische, sicherheitstechnische, ökonomische, rechtliche, ökologische, soziale Aspekte einbeziehen.
- Handlungen müssen in die Erfahrungen der Lernenden integriert und in Bezug auf ihre gesellschaftlichen Auswirkungen reflektiert werden.
- Handlungen sollen auch soziale Prozesse, zum Beispiel der Interessenerklärung oder der Konfliktbewältigung, sowie unterschiedliche Perspektiven der Berufs- und Lebensplanung einbeziehen.

Handlungsorientierter Unterricht ist ein didaktisches Konzept, das fach- und handlungssystematische Strukturen miteinander verschränkt. Es lässt sich durch unterschiedliche Unterrichtsmethoden verwirklichen.

Das Unterrichtsangebot der Berufsschule richtet sich an Jugendliche und Erwachsene, die sich nach Vorbildung, kulturellem Hintergrund und Erfahrungen aus den Ausbildungsbetrieben unterscheiden. Die Berufsschule kann ihren Bildungsauftrag nur erfüllen, wenn sie diese Unterschiede beachtet und Schüler und Schülerinnen - auch benachteiligte oder besonders begabte - ihren individuellen Möglichkeiten entsprechend fördert.

Teil IV Berufsbezogene Vorbemerkungen

Der vorliegende Rahmenlehrplan für die Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung ist mit der Verordnung über die Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung vom 06.04.2006(BGBI. I S. 828) abgestimmt.

Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung sind im öffentlichen Dienst und in der Privatwirtschaft tätig, z.B. bei Marktforschungsinstituten, in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit eigener betrieblicher Marktforschung einschließlich Unternehmensberatung, Werbe- und Mediaagenturen, in Forschungseinrichtungen der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung sowie in Bundes- und Landesämtern.

Das Berufsbild umfasst arbeitsübergreifende Qualifikationen und profilgebende Einsatzbereiche, in denen branchen- bzw. betriebsbezogene Qualifikationen im Hinblick auf einen angestrebten Arbeitsplatz erworben werden. Umfassende Handlungskompetenz zu fördern ist das Anliegen aller Lernfelder. Personal-, Sozial-, Methoden-, und Lernkompetenz sind über entsprechende Zielformulierungen in den Lernfeldern verankert. Die Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -auswertung erfolgt integrativ über Medien und informationstechnische Systeme in den Lernfeldern.

Kundenorientierung und marktforschungsprozessbezogene Handlungskompetenz werden besonders herausgestellt. Betriebliche und schulische Ausbildung ermöglichen den Zugang und die sachgerechte Bearbeitung grundlegender Problemstellungen und Begriffe in der Markt- und Sozialforschung. Die Förderung von Orientierungswissen, das Lösen komplexer und exemplarischer Aufgabenstellungen, systemorientiertes und vernetztes Denken und Handeln sind Bestandteil der Ausbildung.

Die Lernfelder dieses Rahmenlehrplans orientieren sich an typischen Geschäftsprozessen eines Unternehmens, das Markt- und Sozialforschung betreibt. Die unterstützende Begleitung von Markt- und Sozialforschungsprojekten wird als wesentlicher Kernprozess betrachtet, aus dem heraus sich Prozesse mit Schnittstellen zu weiteren Kernprozessen ergeben. Sie greifen die zunehmende Projektarbeit in den Betrieben auf und leisten über die Entwicklung einer umfangreichen Eigenverantwortlichkeit im Hinblick auf die Einschätzung und Optimierung von Abläufen einen wesentlichen Beitrag zur beruflichen Qualifizierung. Als berufstypische Kompetenzen werden die Teamarbeit sowie die Kommunikationsfähigkeit integrativ in verschiedenen Lernfeldern eingesetzt und systematisch gefördert. Die Zielformulierungen ermöglichen es, innerhalb eines Jahres die Lernfelder nach didaktischen und schulorganisatorischen Gegebenheiten auch in anderer Reihenfolge zu unterrichten.

Die Orientierung an beruflichen Aufgabenstellungen und Handlungsfeldern wird ergänzt durch die vertiefte Behandlung gesamtwirtschaftlicher, struktureller und gesellschaftlicher Verflechtungen und Einflüsse. Die Zielformulierungen sind im Sinne des Grundsatzes der Nachhaltigkeit ökologischer, sozialer und ökonomischer Entwicklung zu interpretieren. Eine ganzheitliche Sichtweise auf komplexe Problemstellungen und die Erarbeitung zukunftsverträglicher Lösungen ist daher als durchgängiges Unterrichtsprinzip zu berücksichtigen. Die Aufbereitung verdichteter Arbeitsergebnisse und deren Präsentation sind profilgebend in diesem Beruf. Die Förderung dieser Fähigkeiten sind während der gesamten schulischen Ausbildung integrativ zu vermitteln. Ein prägendes Merkmal der Ausübung des Berufes zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung liegt in ihrer Mittlerfunktion in der "Informationsgesellschaft". Dabei ergeben sich

hohe Anforderungen an den Umgang mit Daten, weshalb die Regelungen des Datenschutzes und der Datensicherheit wiederkehrend in den einzelnen Lernfeldern aufgegriffen werden. Die Grundlage hierfür bildet die sichere Handhabung und Nutzung technologischer wie organisatorischer Hilfsmittel.

Lernfeldübergreifend ist die Anwendung von Informations- und Kommunikationssystemen berücksichtigt. Dies bedeutet, dass die Schülerinnen und Schüler Standardsoftware und aktuelle Branchensoftware anwenden.

Fachsprache und Grundlagenwissen werden während der gesamten Ausbildungsdauer vermittelt. Die fremdsprachlichen Ziele und Inhalte gemäß Ausbildungsrahmenplan "Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben" sind mit 40 Stunden in die Lernfelder integriert. Darüber hinaus können 80 Stunden berufsspezifische Fremdsprachenvermittlung als freiwillige Ergänzung der Länder angeboten werden.

Teil V Lernfelder

Übersicht über die Lernfelder für den Ausbildungsberuf Fachangestellter für Markt- und Sozialforschung/ Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung				
Lernfelder		Zeitrichtwerte in Unterrichtsstunden		
Nr.		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
1	Die Ausbildung in der Markt- und Sozialforschung mitgestalten	60		
2	Geschäftsprozesse der Markt- und Sozialforschung analysieren	60		
3	Dienstleistungen der Markt- und Sozialforschung anbieten	60		
4	Markt- und Sozialforschungsprojekte planen	100		
5	Werteströme von Projekten/Unternehmen der Markt- und Sozialforschung dokumentieren		40	
6	Markt- und Sozialforschungsprojekte vorbereiten		80	
7	Markt- und Sozialforschungsprojekte durchführen		80	
8	Daten von Markt- und Sozialforschungsprojekten auswerten		80	
9	Projektdokumentation erstellen			60
10	Projektpräsentationen gestalten und organisieren			60
11	Markt- und Sozialforschungsprojekte nachbereiten			60
12	Gesellschaftliche Prozesse mit der Markt- und Sozialforschung analysieren			40
13	Ein Markt- oder Sozialforschungsprojekt umsetzen			60
Summen: insgesamt 840 Stunden		280	280	280

Lernfeld 1: Die Ausbildung in der Markt- und Sozialforschung mitgestalten

**1. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 60 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler formulieren die Aufgaben, Rechte und Pflichten der Beteiligten im dualen System der beruflichen Ausbildung. Sie setzen sich mit den wesentlichen arbeits- und sozialrechtlichen Grundlagen eines Ausbildungsunternehmens in der Markt- und Sozialforschung auseinander. Im Hinblick auf ihre beruflichen Tätigkeits- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten stellen sie die Leistungsschwerpunkte und Arbeitsgebiete eines Ausbildungsunternehmens dar. Hierfür informieren sie sich eigenständig im Ausbildungsunternehmen und aktualisieren diese Informationen kontinuierlich. Sie präsentieren den Ausbildungsbetrieb unter Einsatz geeigneter Medien.

Auf der Basis des Betriebsverfassungsgesetzes lösen die Schülerinnen und Schüler konkrete Fälle zu relevanten Mitbestimmungsrechten. Unter Berücksichtigung von Tarifverhandlungen beurteilen sie die Bedeutung von Tarifverträgen und die Rolle der Sozialpartner bei deren Zustandekommen. Sie beschreiben die Notwendigkeit der sozialen Sicherung in der Bundesrepublik Deutschland und beziehen eine eigene Position zu aktuellen Entwicklungen. Dabei setzen sie sich reflexiv mit auftretenden Konflikten auseinander und regeln diese konstruktiv. Unter Beachtung der tarifrechtlichen, steuerlichen und sozialrechtlichen Regelungen ermitteln die Schülerinnen und Schüler das Gehalt eines Angestellten.

Die Schülerinnen und Schüler formulieren die Bedeutung der Rechtsform eines typischen Unternehmens, das Markt- bzw. Sozialforschung betreibt, sowie dessen gesamtwirtschaftliche Funktion. Dabei vergleichen sie Unternehmen, die Markt- bzw. Sozialforschung betreiben, nach rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Kriterien. Sie systematisieren die Aufbau- und Ablauforganisation, klären die Zuständigkeiten im Betrieb und heben die Kundenorientierung als Leitbild ihres beruflichen Handelns hervor. Sie bearbeiten Aufgabenstellungen selbstständig.

Inhalte:

Ausbildungsordnung und Ausbildungsvertrag
Arbeitsvertrag, insbesondere Geheimhaltungspflicht und Verpflichtung zum Datenschutz
betrieblicher Umweltschutz
Kündigungsschutz
Jugendarbeitsschutzgesetz
Berufsbildungsgesetz
Betriebsrat, Betriebsversammlung
Jugend- und Auszubildendenvertretung
Zweige der Sozialversicherung
Arbeitskampf
OHG, Limited, GmbH, AG, e.V.

Lernfeld 2: Geschäftsprozesse der Markt- und Sozialforschung analysieren

**1. Ausbildungsjahr
Zeitrictwert: 60 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler unterscheiden Markt- und Sozialforschung. Sie erläutern deren Funktionen, reflektieren dabei ihre beruflichen Handlungen sowie deren Bedeutung in einer demokratischen Gesellschaft und ordnen die Markt- und Sozialforschung in einen rechtsstaatlichen Zusammenhang ein. Sie setzen sich in diesem Zusammenhang kritisch mit den Möglichkeiten, Grenzen und Risiken der Branche auseinander und beleuchten dieses Thema aus verschiedenen Blickwinkeln der Gesellschaft. Sie entwickeln und vertreten eigenständige Positionen und Werthaltungen und stellen ihre Arbeitsergebnisse differenziert dar. Auftretende Konflikte lösen sie konstruktiv und tolerieren abweichende Positionen.

Die Schülerinnen und Schüler stellen die Ziele des Ausbildungsbetriebes und dessen Unternehmensphilosophie dar und bewerten die gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse und Standortfaktoren als wesentliche Grundlage künftiger Kundenbeziehungen. Sie beziehen Stellung bei möglichen Zielkonflikten. Sie erläutern auch fremdsprachlich die Geschäftsprozesse sowohl als interner als auch als externer Dienstleister. Sie erarbeiten die wechselseitigen Beziehungen und Abhängigkeiten mit den anderen Wirtschaftssubjekten. Dabei analysieren sie die Verhaltensweisen von Haushalten und Unternehmen vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen.

Sie agieren im europäischen und globalen Wettbewerb und bewerten ihre Erfolgchancen und Grenzen auf dem Markt.

Inhalte:

Presse- und Meinungsfreiheit

Käufer- Verkäufermärkte

einfacher Wirtschaftskreislauf

Marktformen Monopol, Oligopol, Polypol

staatliche und europäische Wettbewerbspolitik

vollkommene und unvollkommene Märkte

Preisbildung im Polypol auf dem vollkommenen Markt

Teambildung, Gruppenprozesse

Argumentation

Arbeitsorganisation und Lerntechniken

Lernfeld 3: Dienstleistungen der Markt- und Sozialforschung anbieten	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 60 Stunden
<p>Ziel:</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler kennen und systematisieren das Leistungsspektrum sowie die Betätigungsfelder der Markt- und Sozialforschung. Dabei entwickeln sie Möglichkeiten, sich über das eigene und über fremde Unternehmen zu informieren. Sie analysieren deren Besonderheiten und definieren den Markt für ihre eigenen Dienstleistungsangebote. Sie beschreiben kundenorientiert die innerbetrieblichen und außerbetrieblichen Möglichkeiten der Verwendung der Ergebnisse der Markt- und Sozialforschung.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler stellen verschiedene Möglichkeiten der Kundengewinnung dar. Sie kommunizieren hierbei auch in einer Fremdsprache mit unternehmensinternen und -externen Personen situationsgerecht und kundenorientiert und begreifen ihre Rolle als Dienstleister. Hierbei beachten sie berufsbezogene Grenzen der Leistungserbringung in Form von Codices, Selbstverpflichtungen und Standesregeln. Sie nutzen die Nachbereitung von Gesprächen ziel- und sachgerecht zur Optimierung zukünftiger Gesprächsführungen. Sie setzen sich mit Form und Inhalt von Ausschreibungen öffentlicher und privater Auftraggeber auseinander und machen sich die Bedeutung dieses Instrumentes in der Markt- und Sozialforschung bewusst.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler leiten aus Unternehmenszielen Kommunikations-, Preis-, Distributions- und Produktziele ab und entwickeln integrierte Konzepte. Sie kennen die organisatorische Abwicklung der Anfrage-, Angebots- und Auftragsbearbeitung in ihrem Ausbildungsbetrieb und beurteilen diese Handlungen hinsichtlich ihrer rechtlichen Wirkung, analysieren diese und entwickeln hieraus eine typische Vorgehensweise. Bei der Beschaffung von Leistungen führen sie selbstständig einen Angebotsvergleich durch und interpretieren diesen. Für die Datengewinnung, -erfassung und -auswertung nutzen sie Mittel moderner Informationstechnik. Sie unterscheiden Betriebssystem und Standardsoftware und beachten die Grundsätze der Datensicherheit, Datensicherung und Archivierung. Als Grundlage der Entwicklung von Marketingkonzepten überprüfen sie die Erreichung der Ziele. Sie erarbeiten Präsentationsgrundsätze und stellen diese vor.</p>	
<p>Inhalte:</p> <p>verbale und nonverbale Kommunikation Rechts- und Geschäftsfähigkeit Willenserklärung und Kaufvertrag AGB, Geheimhaltungsvereinbarung Informations- und Kommunikationssysteme</p>	

Lernfeld 4: Markt- und Sozialforschungsprojekte planen	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 100 Stunden
<p>Ziel:</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler untersuchen verschiedene Ansätze des Projektmanagements. Sie entscheiden sich unter Berücksichtigung der Vorgaben der Organisation oder des Auftraggebers, der Größe, Komplexität und Art des Projekts für den angemessenen Ansatz. Hierbei berücksichtigen sie die Besonderheiten in verschiedenen Forschungsbereichen der Markt- und Sozialforschung. Sie kennzeichnen die Projektplanung als integralen Bestandteil des Projektmanagements. Die Schülerinnen und Schüler konzeptionieren einen Projektplan und definieren hierbei verschiedene Phasen eines Markt- bzw. Sozialforschungsprojektes. Sie erstellen ihn mit Hilfe geeigneter Arbeitsmittel und setzen gängige Softwarelösungen ein. Sie reflektieren Erfolgsfaktoren eines Projektes und entscheiden sich für die anzuwendenden Kriterien.</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler nutzen zur Informationsbeschaffung im Rahmen der Projektplanung verschiedene Möglichkeiten der Primär- und Sekundärforschung. Sie berücksichtigen die Möglichkeit der Nutzung vorhandener Untersuchungen, Untersuchungsfragen, Fragebögen und Leitfäden, auch aus Projektdatenbanken. Sie identifizieren mögliche Fehlerquellen und entwickeln Bewertungskriterien für die gesammelten Informationen. Sie beurteilen die Güte der Datenerhebung. Sie unterscheiden Einsatzmöglichkeiten und begründen verschiedene Erhebungsmethoden und Studientypen in Bezug auf die Fragestellung unter Berücksichtigung der Aussagequalität und der Kosten. Für die erhobenen Daten entwickeln sie Vorschläge zur aufgabenadäquaten Verarbeitung. Sie reflektieren mögliche Interpretationen und wählen eine aus. Sie entscheiden sich für die angemessene Form der Berichterstattung in Abhängigkeit von den Vorgaben des Empfängers und unter Berücksichtigung der Kosten. Sie beziehen bei der Planung die spätere Projektarchivierung mit ein.</p>	
<p>Inhalte:</p> <p>Projektmanagement kritischer Pfad, Pufferzeit Sekundärforschung Primärforschung (Befragung, Beobachtung, Test) quantitative und qualitative Untersuchungsmethoden Erhebungstechniken (face to face, schriftlich, telefonisch, online) Erhebungsverfahren (Ad-hoc, Tracking, Panel, Omnibus) Gruppendiskussion, Einzelexploration Grundzüge des Datenschutzes</p>	

Lernfeld 5: Werteströme von Projekten/Unternehmen der Markt- und Sozialforschung dokumentieren	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 40 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler stellen den betriebswirtschaftlichen Beitrag eines Projektes zum Unternehmenserfolg dar, indem sie die mit einem Projekt verbundenen Werteströme dokumentieren. Sie reflektieren bei der Dokumentation der Werteströme das Informationsinteresse von externen und internen Gruppen und beachten staatliche Vorgaben. Rechnungswesen wird von ihnen als System erschlossen, das der Transparenz von Geschäftsprozessen eines Markt- und Sozialforschungsprojektes dient. Sie berechnen auf der Grundlage vorgegebener betriebswirtschaftlicher Daten geeignete Kennziffern zur Beurteilung von Projekten und Unternehmen. Sie prüfen und erfassen für Projekte der Markt- und Sozialforschung typische Belege, ordnen diese sachgerecht den projektbezogenen Ausgaben und Einnahmen zu. Hierbei berücksichtigen sie geltende Umsatzsteuerregelungen und klassifizieren diese Steuer als durchlaufenden Posten. Die Schülerinnen und Schüler erklären Bedeutung und Zusammenhang von Kosten und Leistungen anhand betriebstypischer Leistungsprozesse. Sie erläutern Bestandteile der betrieblichen Kosten- und Leistungsrechnung. Dabei unterscheiden sie Einzel- von Gemeinkosten und variable Kosten von Fixkosten und entwickeln hierdurch ihr Kostenbewusstsein.	
Inhalte: Aufgaben des Rechnungswesens Inventur und Bilanz, GuV lineare Abschreibung Liquidität I und II, EK-Rentabilität, GK-Rentabilität Begriffe: Kostenstellen, Kostenarten, Kostenträger	

Lernfeld 6: Markt- und Sozialforschungsprojekte vorbereiten

**2. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 80 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler fertigen eine Übersicht über die in der Vorbereitungsphase anfallenden Tätigkeiten an. Sie wägen die Interessen der an der Projektdurchführung Beteiligten gegeneinander ab und entscheiden sich für geeignete Methoden, Erhebungstechniken und Untersuchungstypen. Sie vergleichen die Charakteristika unterschiedlicher Hardware und Software und beurteilen ihre Einsatzmöglichkeiten in einem Forschungsprojekt. Sie dokumentieren den Aufbau einer berufstypischen Datenbank und erläutern deren Grundstruktur. In Folge erstellen sie eine Datenbank im Zusammenhang eines typischen Projektes der Markt- und Sozialforschung. Bei der Entscheidung für eine Teilerhebung machen sie sich mit den Grundlagen der Stichprobentheorie vertraut und beschreiben die Verfahren und Parameter der Stichprobenziehung. Sie klassifizieren die Grundtypen von Auswahlverfahren und erläutern deren Vor- und Nachteile. Sie berücksichtigen die Bedeutung der Gewichtung bei der Stichprobenanlage. Sie führen Gründe für den Aufbau lokaler und globaler Netze im Kontext der Markt- und Sozialforschung an. Hierbei formulieren sie die bei der Nutzung von Netzen zu beachtenden Vorgaben zur Datensicherheit und Datensicherung.

Die Schülerinnen und Schüler prüfen die Verwertbarkeit vorhandener Untersuchungen, Untersuchungsfragen, Fragebögen sowie Leitfäden. Sie beurteilen die Qualität eines für ein typisches Marktforschungsprojekt entwickelten Fragebogens hinsichtlich der Gütekriterien. Sie formulieren eigenständig Fragen und veranschaulichen mögliche Fehler bei der Gestaltung von Fragebögen. Ferner definieren sie die Aufgaben von Interviewern auf der Basis eines Projektauftrags und legen Kriterien für die Auswahl geeigneter Interviewer fest. Sie konzipieren einen Arbeitsplan für die Schulung von Interviewern und erstellen einen Plan zur Koordination des Einsatzes der Interviewer. Darüber hinaus entwerfen sie einen Codeplan und beachten dabei die Regelungen des Datenschutzes. Sie schaffen die Voraussetzungen für die Durchführung einer Gruppendiskussion und einer Einzelexploration. Sie erläutern mögliche Quellen der Stichprobenziehung, die Zugangsbegrenzung sowie die Stärken und Schwächen.

Die Schülerinnen und Schüler prüfen die technischen Voraussetzungen für die Durchführung einer Onlinebefragung. Sie identifizieren die Komponenten eines Client-Server-Systems und reflektieren technische und inhaltliche Grenzen der Online-Marktforschung. Sie beschreiben den Aufbau einer statischen Website und die Funktionalität einer dynamischen Website mit Datenbankbindung in ihren Grundzügen. Sie kalkulieren die Kosten eines einfachen, vorgegebenen Projektes.

Inhalte:

Aufbau und Leistungsmerkmale eines Arbeitsplatzrechners
Internet, Intranet, Client-Server-Prinzip, Benutzer, Gruppen, Rechte, Bedingungen
Objektivität, Validität, Reliabilität
Stichprobentheorie und Auswahlverfahren
Fragebogengestaltung, Gesprächsleitfaden
Codeplan

Lernfeld 7: Markt- und Sozialforschungsprojekte durchführen	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler wählen ziel- und sachgerecht sekundäre Informationsquellen für ein Markt- und Sozialforschungsprojekt aus. Sie erläutern die Bedeutung des Internets für die Sekundärforschung. Im Rahmen der Primärforschung führen die Schülerinnen und Schüler Probeinterviews auch in einer Fremdsprache durch, analysieren die Ergebnisse und kritisieren mögliche Schwachstellen. Anschließend entwerfen sie eigenständig Verbesserungsvorschläge und setzen diese um. Sie veranlassen die Stichprobenziehung gemäß festgelegter Parameter. Sie beschreiben Möglichkeiten der Vertragsgestaltung mit externen Dienstleistern. Sie dokumentieren und kontrollieren den Projektfortschritt. Sie geben erhobene Daten in eine vorbereitete Datenbank ein. Dabei nehmen sie die Codierung offener und teiloffener Fragen vor. Sie verbinden in Tabellen die Daten mit vorab festgelegten Gewichtungen. Sie problematisieren die Unterschiede in der Festlegung der Art und Weise, wie mündliche Interviews in Schriftform übertragen werden. Sie transkribieren nach Vorgabe wörtliche Nennungen in Interviews. Dabei reflektieren sie das Problem der Übertragung paralinguistischer Elemente in Schriftform. Sie prüfen die erhobenen Daten auf Plausibilität und entwickeln Ansätze zum Umgang mit Implausibilitäten. Die Schülerinnen und Schüler wenden situationsgerecht Regelungen des Datenschutzes an und reflektieren die gesellschaftliche Bedeutung rechtlicher Beschränkungen im Umgang mit personenbezogenen Daten.	
Inhalte: Grundsätze der Datenbeschaffung Datenprüfung Werk-, Werklieferungsvertrag wettbewerbsrechtliche und medienrechtliche Regelungen	

Lernfeld 8: Daten von Markt- und Sozialforschungsprojekten auswerten	2. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 80 Stunden
Ziel: Die Schülerinnen und Schüler unterscheiden Verfahren der schließenden und deskriptiven Statistik. Sie tätigen eigenständig Abfragen aus einer Datenbank und werten die Datenbankinhalte aus. Dabei führen sie Plausibilitätsprüfungen der Daten durch. Sie listen und bearbeiten Implausibilitäten. Sie wenden bei der Datenauswertung Verfahren der beschreibenden Statistik an. Auf der Basis von Rohdaten ermitteln sie Mittelwerte und Streuungsmaße und führen einfache statistische Tests durch. Sie beurteilen die Repräsentativität einer Stichprobe, auch unter Verwendung geeigneter Kennzahlen. Sie erstellen aufgabenadäquat den Aufbau und das Layout von Tabellen. Dabei führen sie Berechnungen mit einem gängigen Tabellenkalkulationsprogramm durch. Sie kontrollieren Tabellen, veranlassen Korrekturen, interpretieren die Daten hinsichtlich einer gegebenen Aufgabenstellung und ziehen eigenständig Schlussfolgerungen. Sie formulieren für eine gegebene Aufgabenstellung eine Hypothese und untersuchen deren Überprüfbarkeit. Sie bewerten die Ergebnisse einer gezogenen Stichprobe anhand üblicher Prüfverfahren für die Grundgesamtheit. Sie klassifizieren Einsatzfelder der Verfahren der schließenden Statistik und erläutern die Grundprinzipien der gängigen Verfahren. Sie beschreiben Analyseverfahren bezogen auf die qualitativen Erhebungsmethoden Gruppendiskussion und Einzelexploration. Sie wählen die für gegebene Aufgabenstellungen aus der Markt- und Sozialforschung geeignete Methode aus. Sie präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse strukturiert unter Verwendung angemessener Medien und fremdsprachlicher Fachbegriffe. Sie führen Soll-Ist-Vergleiche zur Bewertung eines einfachen Projektes durch und begreifen diesen als Bestandteil der Qualitätssicherung.	
Inhalte: deskriptive Statistik: arithmetisches Mittel, Median, Modus, Varianz, Standardabweichung, Spannweite Chi-Quadrat-Koeffizient, Korrelationskoeffizient von Bravais-Pearson Grundzüge der Korrelations-, Regressions-, Cluster-, Faktoren- und Diskriminanzanalyse Übersicht Standardauswertungsprogramme	

Lernfeld 9: Projektdokumentation erstellen

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrictwert: 60 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler informieren sich im Ausbildungsbetrieb über Form und Inhalt einer Projektdokumentation. Sie entwerfen mit einem geeigneten Textverarbeitungsprogramm eine Dokumentvorlage. Unter Kenntnis der Grundlagen einer berufsspezifischen Datenbank sowie den Möglichkeiten des Datentransfers zwischen unterschiedlichen Anwendungsprogrammen entwickeln sie die Anforderungen an die Hard- und Software bezüglich der Projektdokumentation und aktualisieren diese. Sie entscheiden sich für geeignete Dateitypen.

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten aus dem Datenmaterial eines Markt- bzw. Sozialforschungsprojektes selbstständig eine Projektdokumentation. Sie bereiten die Projektergebnisse in Textform auf und erstellen aus dem Zahlenmaterial Schaubilder und Grafiken. In diesem Kontext wenden sie die Regelungen des Datenschutzes sowie die einschlägigen Schreib- und Gestaltungsregeln sach- und zielgerecht an. Sie entscheiden sich für geeignete Textverarbeitungs- und Tabellenkalkulationsprogramme sowie branchenspezifische Software für eine integrierte und standardisierte Dokumentationserstellung Hierbei exportieren und importieren sie Daten zwischen den verschiedenen eingesetzten Anwendungsprogrammen.

Die Schülerinnen und Schüler bearbeiten Aufgabenstellungen selbstständig. Sie setzen sich reflexiv mit auftretenden Problemen auseinander und lösen diese konstruktiv. Sie stellen ihre Arbeitsergebnisse vor und dokumentieren diese strukturiert und adressatenorientiert unter Verwendung angemessener Medien.

Inhalte:

Datenverwaltung
Datenausgabe (Druckarten/Versendungsarten z.B. E-Mail)
Formatierungen
Textbausteine
Format- und Dokumentvorlagen
Datenaustausch
Grundlagen der Bild- und Grafikbearbeitung

**Lernfeld 10: Projektpräsentationen gestalten
und organisieren**

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 60 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler bestimmen selbstständig die Struktur und die Inhalte einer Projektpräsentation in der Markt- und Sozialforschung. Sie stimmen diese im Team ab und erarbeiten einen Arbeitsplan. Aufkommende Konflikte lösen sie konstruktiv. Sie treffen Reduktionsentscheidungen in der Gruppe und setzen Prioritäten. Dabei wenden sie Entscheidungsfindungsmethoden an. Sie identifizieren Kernaussagen und verbalisieren diese treffend, auch in einer Fremdsprache.

Bei der Vorbereitung der Präsentation berücksichtigen sie die organisatorischen und technischen Rahmenbedingungen und beziehen diese selbstständig ein. Sie informieren sich über die Einsatzmöglichkeiten einer Präsentationssoftware. Hierbei arbeiten sie sich in die für ihre Projektpräsentationen geeignete Standardsoftware ein und wenden diese an.

Die Schülerinnen und Schüler bereiten die selbst definierten Inhalte präsentationsgerecht und kundenorientiert auf. Sie achten dabei auf Stringenz, adäquate Visualisierung und Zielgruppenorientierung. Sie wenden verschiedene Präsentationstechniken und -medien an und reflektieren deren Angemessenheit. Sie geben sich gegenseitig Feedback und üben den Umgang mit Kritik. In diesem Prozess entwickeln sie selbstständig Kriterien für die Erstellung von Präsentationen. Sie erstellen Präsentationsunterlagen und zeichnen sich während des gesamten Prozesses verantwortlich für die Einhaltung ihres Arbeitsplanes. Sie analysieren mögliche Abweichungen und treffen Folgeentscheidungen im Team.

Inhalte:

Präsentationsgrundsätze
Kommunikationsregeln
Gestaltung von Charts

**Lernfeld 11: Markt- und Sozialforschungsprojekte
nachbereiten**

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 60 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler stellen die notwendigen Schritte zur Nachbereitung eines Projektes im Markt- und Sozialforschungsbereich dar. Sie führen systemgestützt Soll-Ist-Vergleiche von Projekten durch. Dabei schätzen sie den Zielerreichungsgrad eines Projektes inhaltlich und zeitlich ein. Sie vergleichen den Kostenplan der Angebotserstellung mit den tatsächlich aufgetretenen Kosten und analysieren begründet Abweichungen. Sie ordnen entstandene Kosten sachgerecht zu und unterscheiden interne Kosten von Kosten externer Dienstleister. Die Ergebnisse bereiten sie in Tabellen und Diagrammen auf. Sie diskutieren und evaluieren einen Projektplan, bewerten Arbeitsprozesse und erarbeiten Lösungsvorschläge für zukünftige Situationen. In der Nachbereitung berücksichtigen sie angemessen die Kundenzufriedenheit. Sie vergleichen Instrumente, die die Kundenzufriedenheit erfassen, operationalisieren und verbessern.

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der Datenarchivierung kritisch auseinander und erläutern in diesem Zusammenhang die Grundzüge der Gesetzgebung. Sie beschreiben die Projektarchivierung in einer Datenbank und geben Daten in eine Datenbank ein. Im Hinblick auf die spätere Verwertung von Daten entscheiden sie, welche Informationen in einer Datenbank verfügbar sein müssen.

Inhalte:

Erfolgskontrolle und -dokumentation
Nachkalkulation
Qualitätssicherung
Aufbewahrungsfristen
Archivierungsrichtlinie
Customer-Relationship-Management

Lernfeld 12: Gesellschaftliche Prozesse mit der Markt- und Sozialforschung analysieren

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 40 Stunden**

Ziel:

Die Schülerinnen und Schüler ordnen Trends in der Markt- und Sozialforschung in einen strukturellen, gesellschaftlichen und gesamtwirtschaftlichen Rahmen ein. Sie erläutern die Bedeutung gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge für die Zwecke der Konsum- und Medienforschung sowie der Demoskopie. Im Kontext der europäischen Integration und der Globalisierung präzisieren sie Ziele und Zielkonflikte der Wirtschafts- und Strukturpolitik und begründen Abweichungen anhand aktueller Zahlen, auch in einer Fremdsprache. Sie nutzen selbstständig Informationsquellen und beurteilen deren Qualität. Sie vergleichen die Konjunkturdaten unterschiedlicher Institutionen und problematisieren diese im Hinblick auf die Aussagefähigkeit von Prognosen. Sie analysieren die Rahmenbedingungen für Investition und Wirtschaftswachstum auch unter Berücksichtigung des Umweltschutzes.

Die Schülerinnen und Schüler beurteilen die Aussagekraft von gesamtwirtschaftlichen Kennziffern, in dem sie am Beispiel der Arbeitslosenquote und des Preisindex der Lebenshaltung unterschiedliche Berechnungsweisen vergleichen. Hierbei beschaffen sie sich die hierfür notwendigen Daten und reflektieren diese im Zeitablauf. Dabei untersuchen sie Auswirkungen nationaler und internationaler Initiativen auf diese Kennziffern. Aus statistischem Material zur demografischen Entwicklung leiten sie gesellschaftliche und gesamtwirtschaftliche Auswirkungen ab. Sie analysieren und interpretieren Daten von Erhebungen unter Einbeziehung geeigneter Qualitätskriterien.

Inhalte:

Bruttoinlandsprodukt
Inflation, Deflation
magisches Viereck
Angebots- und nachfrageorientierte Konjunkturpolitik
Grundzüge der Fiskalpolitik

Lernfeld 13: Ein Markt- oder Sozialforschungsprojekt umsetzen

**3. Ausbildungsjahr
Zeitrichtwert: 60 Stunden**

Ziel:

Auf der Grundlage der in der bisherigen Berufsausbildung gewonnenen Erkenntnisse sowie im Kontext gesellschaftlicher, gesamtwirtschaftlicher und struktureller Entwicklungen formulieren die Schülerinnen und Schüler auch fremdsprachlich eine Projektidee. Im Rahmen des Projektmanagements definieren sie Ziele, treffen in Abwägung von Kosten, Nutzen und Risiken Entscheidungen und organisieren den Ablauf eines Marktforschungs- bzw. Sozialforschungsprojektes. In diesem Zusammenhang informieren sie sich über die zu schaffenden Voraussetzungen zur Durchführung des Projektes. Dabei ermitteln sie den Personalbedarf unter Berücksichtigung individualarbeitsrechtlicher Regelungen und die Anforderungen an die Mitarbeiter in der Markt- bzw. Sozialforschung zur Bewältigung der Aufgaben.

Die Schülerinnen und Schüler berücksichtigen bei der Planung, Steuerung und Kontrolle des Projektes sowohl institutionelle als auch regionale Gegebenheiten. Sie erstellen einen Projektplan, überprüfen und dokumentieren in jeder Projektphase die Chancen und Grenzen möglicher Strategien zur Erreichung der Projektziele. Sie entwickeln und vertreten eigenständige Positionen und Werthaltungen, diskutieren und tolerieren davon abweichende Positionen auf der Basis ausgewiesener Kriterien und Indikatoren und wenden Techniken der Entscheidungsfindung an. Im Projektablauf übernehmen sie Verantwortung für die Einhaltung der aufgestellten Regeln, analysieren und bewerten den Projektverlauf und präsentieren das Ergebnis. Dabei kommunizieren sie - auch fremdsprachlich - in Teams und nutzen zur Information, Dokumentation und Präsentation begründet ausgewählte technische Systeme und Medien. Unter Einbeziehung der in der Ausbildung erlangten Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnisse evaluieren sie ihr Projekt.

Inhalte:

Evaluation von Projekten
gesellschaftlicher Wertewandel
Weiterbildung