

Verordnung
über die
Berufsausbildung

Fachangestellter für Markt-
und Sozialforschung/
Fachangestellte für Markt-
und Sozialforschung

vom 6. April 2006

nebst Rahmenlehrplan

Verordnung über die Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/
zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung vom 6. April 2006 (BGBl. I S. 828 vom
13. April 2006) nebst Rahmenlehrplan (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 8. März
2006)

Inhalt

	Seite
§ 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes	3
§ 2 Ausbildungsdauer	3
§ 3 Zielsetzung der Berufsausbildung	3
§ 4 Ausbildungsberufsbild	3
§ 5 Ausbildungsrahmenplan	4
§ 6 Ausbildungsplan	4
§ 7 Schriftlicher Ausbildungsnachweis	5
§ 8 Zwischenprüfung	5
§ 9 Abschlussprüfung	5
§ 10 Inkrafttreten	7

**Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung
zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/
zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung
– Sachliche Gliederung –**

Anlage 1 (zu § 5)	8
-------------------------	---

**Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung
zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/
zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung
– Zeitliche Gliederung –**

Anlage 2 (zu § 5)	12
-------------------------	----

Rahmenlehrplan	14
-----------------------------	----



wbv Media GmbH & Co. KG

Postfach 10 06 33 · 33506 Bielefeld

Tel.: 05 21 / 9 11 01-15 · Fax: 05 21 / 9 11 01-19

E-Mail: service@wbv.de

wbv.de/berufe.net

Verordnung über die Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/ zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung

Vom 6. April 2006

(abgedruckt im Bundesgesetzblatt Teil I S. 828 vom 13. April 2006)

Auf Grund des § 4 Abs. 1 in Verbindung mit § 5 des Berufsbildungsgesetzes vom 23. März 2005 (BGBl. I S. 931) und mit § 1 des Zuständigkeitsanpassungsgesetzes vom 16. August 2002 (BGBl. I S. 3165) sowie dem Organisationserlass vom 22. November 2005 (BGBl. I S. 3197) verordnet das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung:

§ 1

Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes

Der Ausbildungsberuf Fachangestellter für Markt- und Sozialforschung/Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung wird staatlich anerkannt.

§ 2

Ausbildungsdauer

Die Ausbildung dauert drei Jahre.

§ 3

Zielsetzung der Berufsausbildung

Die in dieser Verordnung genannten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sollen so vermittelt werden, dass die Auszubildenden zur Ausübung einer qualifizierten beruflichen Tätigkeit im Sinne des § 1 Abs. 3 des Berufsbildungsgesetzes befähigt werden, die insbesondere selbstständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren einschließt. Diese Befähigung ist auch in den Prüfungen nach den §§ 8 und 9 nachzuweisen.

§ 4

Ausbildungsberufsbild

Gegenstand der Berufsausbildung sind mindestens die folgenden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten:

1. Der Ausbildungsbetrieb:
 - 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes,
 - 1.2 Berufsbildung, arbeits-, sozial- und tarifrechtliche Grundlagen,
 - 1.3 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
 - 1.4 Umweltschutz;

- 2. Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme:
 - 2.1 Arbeitsorganisation,
 - 2.2 Informations- und Kommunikationssysteme,
 - 2.3 Datenschutz und Datensicherheit,
 - 2.4 Berufsbezogene Rechtsanwendung;
- 3. Kommunikation und Kooperation:
 - 3.1 Kundenorientierte Kommunikation, Teamarbeit und Kooperation,
 - 3.2 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben;
- 4. Aufgaben, Funktionen und Anwendungen der Markt- und Sozialforschung;
- 5. Projektvorbereitung:
 - 5.1 Informationsbeschaffung und -aufbereitung,
 - 5.2 Planung und Organisation;
- 6. Projektdurchführung:
 - 6.1 Prozessbegleitung,
 - 6.2 Datenerfassung, Codierung,
 - 6.3 Datenprüfung, Gewichtung,
 - 6.4 Datenauswertung,
 - 6.5 Aufbereitung, Präsentation, Ergebnisbericht;
- 7. Projektnachbereitung:
 - 7.1 Dokumentation,
 - 7.2 Projektabrechnung.

§ 5

Ausbildungsrahmenplan

Die in § 4 genannten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten (Ausbildungsberufsbild) sollen nach den in den Anlagen 1 und 2 enthaltenen Anleitungen zur sachlichen und zeitlichen Gliederung der Berufsausbildung (Ausbildungsrahmenplan) vermittelt werden. Eine von dem Ausbildungsrahmenplan abweichende sachliche und zeitliche Gliederung des Ausbildungsinhaltes ist insbesondere zulässig, soweit betriebspraktische Besonderheiten die Abweichung erfordern.

§ 6

Ausbildungsplan

Die Ausbildenden haben unter Zugrundelegung des Ausbildungsrahmenplans für die Auszubildenden einen Ausbildungsplan zu erstellen.

§ 7

Schriftlicher Ausbildungsnachweis

Die Auszubildenden haben einen schriftlichen Ausbildungsnachweis zu führen. Ihnen ist Gelegenheit zu geben, den schriftlichen Ausbildungsnachweis während der Ausbildungszeit zu führen. Die Auszubildenden haben den schriftlichen Ausbildungsnachweis regelmäßig durchzusehen.

§ 8

Zwischenprüfung

(1) Zur Ermittlung des Ausbildungsstandes ist eine Zwischenprüfung durchzuführen. Sie soll in der Mitte des zweiten Ausbildungsjahres stattfinden.

(2) Die Zwischenprüfung erstreckt sich auf die in den Anlagen 1 und 2 für das erste Ausbildungsjahr aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie auf den im Berufsschulunterricht zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist.

(3) Die Zwischenprüfung ist schriftlich in höchstens 120 Minuten durchzuführen. Der Prüfling soll dabei praxisbezogene Aufgaben oder Fälle aus folgenden Gebieten bearbeiten:

1. Anwendungsbereiche der Markt- und Sozialforschung,
2. Organisation, datenschutzrechtliche Rahmenbedingungen,
3. Sekundärstatistiken und Sekundärquellen,
4. Wirtschafts- und Sozialkunde.

§ 9

Abschlussprüfung

(1) Die Abschlussprüfung erstreckt sich auf die in der Anlage 1 aufgeführten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie auf den im Berufsschulunterricht zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er für die Berufsausbildung wesentlich ist.

(2) Die Abschlussprüfung besteht aus vier Prüfungsbereichen:

1. Aufgaben, Funktionen und Methoden der Markt- und Sozialforschung,
2. Markt- und Sozialforschungsprojekte,
3. Wirtschafts- und Sozialkunde,
4. Fallbezogenes Fachgespräch.

Die Prüfung ist in den Prüfungsbereichen nach den Nummern 1 bis 3 schriftlich und im Prüfungsbereich nach Nummer 4 mündlich durchzuführen.

(3) Die Anforderungen in den Prüfungsbereichen sind:

1. im Prüfungsbereich Aufgaben, Funktionen und Methoden der Markt- und Sozialforschung:

In höchstens 120 Minuten soll der Prüfling praxisbezogene Aufgaben oder Fälle insbesondere aus den Gebieten

- a) Markt- und Sozialforschung in der Gesellschaft,
- b) Methodische Grundlagen der Markt- und Sozialforschung,
- c) Rechtliche Rahmenbedingungen

bearbeiten und dabei zeigen, dass er die Markt- und Sozialforschung in den gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang einordnen, Anwendungsbereiche, Methoden, Erhebungstechniken und Untersuchungstypen unterscheiden, ihren Einsatz begründen sowie rechtliche und branchenspezifische Regelungen berücksichtigen kann;

2. im Prüfungsbereich Markt- und Sozialforschungsprojekte:

In höchstens 150 Minuten soll der Prüfling praxisbezogene Aufgaben oder Fälle insbesondere aus den Gebieten

- a) Projektorganisation,
- b) Projektabwicklung

bearbeiten und dabei zeigen, dass er Arbeitsaufträge analysieren, Informationen aus Sekundärquellen auswählen, Projektabläufe organisieren, koordinieren und kontrollieren, Projektvorgaben umsetzen, Daten verarbeiten, auswerten und aufbereiten sowie Aufgaben der Steuerung und Dokumentation eines Projektes durchführen kann;

3. im Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde:

In höchstens 60 Minuten soll der Prüfling praxisbezogene Aufgaben oder Fälle schriftlich bearbeiten und dabei zeigen, dass er allgemeine wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darstellen und beurteilen kann;

4. im Prüfungsbereich Fallbezogenes Fachgespräch:

Im Rahmen eines Fachgespräches soll der Prüfling anhand einer von zwei ihm zur Wahl gestellten praxisbezogenen Aufgaben der Projektbegleitung nachweisen, dass er auftragsbezogene Zielstellungen erkennen, seine Aufgabenstellungen im Gesamtablauf eines Projektes darstellen und begründen sowie sachgerecht und situationsbezogen kommunizieren kann. Bei der Aufgabenstellung ist ein Forschungsschwerpunkt des Ausbildungsbetriebes zu berücksichtigen. Dem Prüfling ist für die von ihm gewählte Aufgabe eine Vorbereitungszeit von höchstens 15 Minuten zu gewähren. Das Fachgespräch soll die Dauer von 20 Minuten nicht überschreiten.

(4) Sind die Prüfungsleistungen in bis zu zwei schriftlichen Prüfungsbereichen mit „mangelhaft“ und in den weiteren schriftlichen Prüfungsbereichen mit mindestens „ausreichend“ bewertet worden, so ist auf Antrag des Prüflings oder nach Ermessen des Prüfungsausschusses in einem der mit „mangelhaft“ bewerteten Prüfungsbereiche die schriftliche Prüfung durch eine mündliche Prüfung von etwa 15 Minuten zu ergänzen, wenn dies für das Bestehen der Prüfung den Ausschlag geben kann. Der Prüfungsbereich ist vom Prüfling zu bestimmen. Bei der Ermittlung des Ergebnisses für diesen Prüfungsbereich sind die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit und das Ergebnis der mündlichen Ergänzungsprüfung im Verhältnis 2 : 1 zu gewichten.

(5) Bei der Ermittlung des Gesamtergebnisses hat der Prüfungsbereich Markt- und Sozialforschungsprojekte gegenüber jedem anderen Prüfungsbereich das doppelte Gewicht.

(6) Zum Bestehen der Abschlussprüfung müssen im Gesamtergebnis, im Prüfungsbereich Markt- und Sozialforschungsprojekte und in mindestens zwei weiteren der in Absatz 2 Nr. 1 bis 4 genannten Prüfungsbereiche mindestens ausreichende Prüfungsleistungen erbracht werden. Werden die Prüfungsleistungen in einem Prüfungsbereich mit „ungenügend“ bewertet, ist die Prüfung nicht bestanden.

§ 10

Inkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. August 2006 in Kraft.

Berlin, den 6. April 2006

**Der Bundesminister
für Wirtschaft und Technologie**

In Vertretung

Georg Wilhelm Adamowitsch

Anlage 1
(zu § 5)

Ausbildungsrahmenplan
für die Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/
zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung

– Sachliche Gliederung –

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten
1	2	3
1	Der Ausbildungsbetrieb (§ 4 Nr. 1)	
1.1	Stellung, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes (§ 4 Nr. 1.1)	a) Geschäftsfelder des Ausbildungsbetriebes und seine Stellung am Markt beschreiben b) Aufbau- und Ablauforganisation sowie Zuständigkeiten im Ausbildungsbetrieb erläutern c) Rechtsform des Ausbildungsbetriebes erläutern d) Zusammenarbeit des Ausbildungsbetriebes mit Wirtschaftsorganisationen, Behörden, Verbänden und Gewerkschaften beschreiben
1.2	Berufsbildung, arbeits-, sozial- und tarifrechtliche Grundlagen (§ 4 Nr. 1.2)	a) Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag feststellen und die Aufgaben der Beteiligten im dualen System beschreiben b) den betrieblichen Ausbildungsplan mit der Ausbildungsordnung vergleichen und zu seiner Umsetzung beitragen c) Positionen der eigenen Entgeltabrechnung erklären d) arbeits-, sozial- und mitbestimmungsrechtliche Vorschriften sowie die für den Ausbildungsbetrieb geltenden tariflichen Regelungen beachten e) wesentliche Inhalte und Bestandteile eines Arbeitsvertrages darstellen f) den Nutzen der betrieblichen und außerbetrieblichen Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die berufliche und persönliche Entwicklung sowie für den Betrieb aufzeigen
1.3	Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit (§ 4 Nr. 1.3)	a) Gefährdung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung ergreifen b) berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwenden c) Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten d) Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden, Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen
1.4	Umweltschutz (§ 4 Nr. 1.4)	Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere a) mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären b) für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten
1	2	3
		c) Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen d) Abfälle vermeiden; Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen
2	Arbeitsorganisation, Informations- und Kommunikationssysteme (§ 4 Nr. 2)	
2.1	Arbeitsorganisation (§ 4 Nr. 2.1)	a) die eigene Arbeit inhaltlich und zeitlich strukturieren, Arbeitstechniken aufgabenorientiert einsetzen b) Arbeitsaufträge erfassen, Arbeitsschritte mit den Beteiligten abstimmen, Termine koordinieren c) betriebliche Arbeits- und Organisationsmittel aufgabenorientiert einsetzen, Informationsquellen nutzen d) Informationsflüsse und Entscheidungsprozesse bei der Leistungserstellung berücksichtigen e) zur Verbesserung der Arbeitsorganisation und der Arbeitsplatzgestaltung beitragen f) qualitätssichernde Maßnahmen im eigenen Arbeitsbereich durchführen
2.2	Informations- und Kommunikationssysteme (§ 4 Nr. 2.2)	a) Betriebssysteme und Standardsoftware anwenden b) branchenbezogene Standardsoftware und betriebsspezifische Software anwenden c) Daten erfassen, sichern, pflegen und aufbereiten d) Auswirkungen des Einsatzes von Informations- und Kommunikationssystemen auf Arbeitsanforderungen und Arbeitsabläufe beachten
2.3	Datenschutz und Datensicherheit (§ 4 Nr. 2.3)	a) rechtliche und betriebliche Regelungen sowie Standesregeln zum Datenschutz anwenden b) Vorgaben zur Datensicherheit, Datensicherung und Archivierung beim Umgang mit Daten beachten
2.4	Berufsbezogene Rechtsanwendung (§ 4 Nr. 2.4)	a) wettbewerbsrechtliche und im Betrieb relevante medienrechtliche Regelungen anwenden b) forschungsfeldbezogene Selbstverpflichtungen, Codizes und berufsbezogene Standesregeln berücksichtigen c) rechtliche Grenzen der Leistungserbringung in der Markt- und Sozialforschung darstellen
3	Kommunikation und Kooperation (§ 4 Nr. 3)	
3.1	Kundenorientierte Kommunikation, Teamarbeit und Kooperation (§ 4 Nr. 3.1)	a) die eigene Rolle als Dienstleister berücksichtigen b) kundenorientiert handeln und kommunizieren c) Gespräche situationsgerecht und personenorientiert planen, durchführen und nachbereiten

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten
1	2	3
		d) verbale und nonverbale Kommunikationsformen anwenden e) zur Vermeidung von Kommunikationsstörungen beitragen und Möglichkeiten der Konfliktlösung anwenden f) Zusammenarbeit aktiv gestalten und Aufgaben teamorientiert durchführen
3.2	Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben (§ 4 Nr. 3.2)	a) fremdsprachige Fachbegriffe anwenden b) fremdsprachige Informationsquellen nutzen c) Auskünfte in einer Fremdsprache erteilen und einholen
4	Aufgaben, Funktionen und Anwendungen der Markt- und Sozialforschung (§ 4 Nr. 4)	a) Markt- und Sozialforschung in betriebliche Prozesse und gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge einordnen sowie Anwendungsgebiete definieren b) Markt- und Sozialforschung von forschungsfremden Tätigkeiten im Rahmen von Werbung, Direktmarketing, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit abgrenzen und bei der Aufgabenerledigung berücksichtigen c) Methoden, Erhebungstechniken und Untersuchungstypen der qualitativen und quantitativen Primärforschung sowie der Sekundärforschung unterscheiden und ihren Einsatz begründen
5	Projektvorbereitung (§ 4 Nr. 5)	
5.1	Informationsbeschaffung und -aufbereitung (§ 4 Nr. 5.1)	a) Daten sekundärer Informationsquellen ziel- und sachgerecht auswählen, auswerten und Ergebnisse aufbereiten b) vorhandene Untersuchungen, Untersuchungsfragen, Fragebögen und Leitfäden zum Untersuchungsgegenstand beschaffen und auf Verwertbarkeit prüfen c) Quellen für Stichprobenziehungen festlegen
5.2	Planung und Organisation (§ 4 Nr. 5.2)	a) Methoden, Erhebungstechniken und Untersuchungstypen auf Eignung prüfen b) Auswahl, Schulung und Einsatz von Interviewern oder Moderatoren vorbereiten c) Fragebögen und Gesprächsleitfäden auf Mängel prüfen d) Fragebögen und Gesprächsleitfäden gestalten e) Kapazitäten, Zeitbedarf und Termine planen, Projektablaufplan erstellen und abstimmen f) Informationen für die Kalkulation von Projekten einholen g) Verfahren der Stichprobenziehung unterscheiden, insbesondere unter Berücksichtigung von Stichprobengröße, Proportionalität sowie Ziehungs- und Auswahlverfahren h) Stichprobenziehungen gemäß festgelegter Parameter veranlassen und kontrollieren i) Einsatz externer Dienstleister auf vertraglicher Grundlage koordinieren j) Probeinterviews vorbereiten, durchführen und Schlussfolgerungen für die Erhebung ziehen k) Erhebungsunterlagen erstellen und auf Richtigkeit und Vollständigkeit prüfen

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten
1	2	3
6	Projektdurchführung (§ 4 Nr. 6)	
6.1	Prozessbegleitung (§ 4 Nr. 6.1)	a) Umsetzung des Projektablaufplans koordinieren b) Prozessschritte eines Projektes unter Berücksichtigung vor- und nachgelagerter Projektphasen durchführen c) Projektfortschritt kontrollieren und bei Abweichungen Maßnahmen ergreifen
6.2	Datenerfassung, Codierung (§ 4 Nr. 6.2)	a) Codeplan erstellen b) offene und teilloffene Fragen codieren c) wörtliche Nennungen transkribieren, klassifizieren und auswerten d) Projektdaten für die Erfassung vorbereiten, Projektdaten bearbeiten
6.3	Datenprüfung, Gewichtung (§ 4 Nr. 6.3)	a) Plausibilitätsprüfungen durchführen b) Implausibilitäten listen und bearbeiten c) Informationen zur Festlegung von Gewichtungsmerkmalen und Gewichtungsmatrix beschaffen
6.4	Datenauswertung (§ 4 Nr. 6.4)	a) Datensätze nach vorgegebenen Spezifikationen und Formaten erstellen b) Tabelleninhalt und -layout festlegen, Tabellen erstellen c) Tabellen kontrollieren und Korrekturen veranlassen d) Verfahren der beschreibenden Statistik anwenden e) Einsatzfelder der Verfahren der schließenden Statistik unterscheiden f) betriebliche Analyseverfahren von Gruppendiskussionen und Einzel-explorations anwenden
6.5	Aufbereitung, Präsentation, Ergebnisbericht (§ 4 Nr. 6.5)	a) Analyseergebnisse aufbereiten und in Form von Tabellen, Grafiken sowie in Textform darstellen b) Präsentationsunterlagen zielgruppengerecht auswählen, prüfen und zusammenstellen c) ausgewählte Ergebnisse zur Vorbereitung von Präsentationen und Ergebnisberichten grafisch darstellen d) Präsentationstermine abstimmen, Präsentationen organisatorisch vorbereiten und die Durchführung unterstützen
7	Projektnachbereitung (§ 4 Nr. 7)	
7.1	Dokumentation (§ 4 Nr. 7.1)	a) Projektdetails in Projektdatenbanken dokumentieren b) Projektunterlagen nach betrieblichen Archivierungsrichtlinien sowie gesetzlich vorgeschriebenen Aufbewahrungsfristen archivieren c) Projektergebnisse für die interne und externe Verwertung aufbereiten
7.2	Projektabrechnung (§ 4 Nr. 7.2)	a) Aufbau und Struktur der betrieblichen Kosten- und Leistungsrechnung erläutern b) Rechnungen externer Dienstleister prüfen c) Soll-Ist-Vergleich der Projektabrechnungen durchführen

Anlage 2

(zu § 5)

Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/ zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung

– Zeitliche Gliederung –

Erstes Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt ein bis drei Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes, Lernziele a und b,
- 1.2 Berufsbildung, arbeits-, sozial- und tarifrechtliche Grundlagen, Lernziele a bis d,
- 1.3 Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
- 1.4 Umweltschutz,
- 2.2 Informations- und Kommunikationssysteme, Lernziel a,
zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 1.1 Stellung, Rechtsform und Struktur des Ausbildungsbetriebes, Lernziele c und d,
- 2.2 Informations- und Kommunikationssysteme, Lernziel c,
- 2.3 Datenschutz und Datensicherheit,
- 2.4 Berufsbezogene Rechtsanwendung, Lernziel b,
- 4. Aufgaben, Funktionen und Anwendungen der Markt- und Sozialforschung, Lernziel a,
- 5.1 Informationsbeschaffung und -aufbereitung, Lernziele a und b,
- 6.4 Datenauswertung, Lernziel c,
- 6.5 Aufbereitung, Präsentation, Ergebnisbericht, Lernziel d,
zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von insgesamt fünf bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 2.1 Arbeitsorganisation, Lernziele a bis d,
- 3.1 Kundenorientierte Kommunikation, Teamarbeit und Kooperation, Lernziele a, c und d,
- 3.2 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel a,
- 4. Aufgaben, Funktionen und Anwendungen der Markt- und Sozialforschung, Lernziele b und c,
- 7.1 Dokumentation, Lernziele a und b,
zu vermitteln.

Zweites Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

- 6.1 Prozessbegleitung, Lernziele b und c,
- 6.2 Datenerfassung, Codierung,
- 6.4 Datenauswertung, Lernziel f,
- 7.1 Dokumentation, Lernziel c,
- 7.2 Projektabrechnung, Lernziel a,
zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

2.1 Arbeitsorganisation, Lernziel f,

3.1 Kundenorientierte Kommunikation, Teamarbeit und Kooperation, Lernziele b und f,

5.2 Planung und Organisation, Lernziele a, b, j und k,

6.4 Datenauswertung, Lernziel a,

zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

2.2 Informations- und Kommunikationssysteme, Lernziel d,

3.2 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel b,

5.1 Informationsbeschaffung und -aufbereitung, Lernziel c,

5.2 Planung und Organisation, Lernziele c und d,

6.3 Datenprüfung, Gewichtung, Lernziele a und b,

6.4 Datenauswertung, Lernziele b und d,

zu vermitteln.

Drittes Ausbildungsjahr

(1) In einem Zeitraum von insgesamt drei bis fünf Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

1.2 Berufsbildung, arbeits-, sozial- und tarifrechtliche Grundlagen, Lernziele e und f,

2.4 Berufsbezogene Rechtsanwendung, Lernziele a und c,

5.2 Planung und Organisation, Lernziele e, g und h,

6.1 Prozessbegleitung, Lernziel a,

6.5 Aufbereitung, Präsentation, Ergebnisbericht, Lernziele a bis c,

zu vermitteln.

(2) In einem Zeitraum von insgesamt zwei bis vier Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

2.1 Arbeitsorganisation, Lernziel e,

3.1 Kundenorientierte Kommunikation, Teamarbeit und Kooperation, Lernziel e,

3.2 Anwenden einer Fremdsprache bei Fachaufgaben, Lernziel c,

5.2 Planung und Organisation, Lernziele f und i,

zu vermitteln.

(3) In einem Zeitraum von insgesamt vier bis sechs Monaten sind schwerpunktmäßig die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten der Berufsbildpositionen

2.2 Informations- und Kommunikationssysteme, Lernziel b,

6.3 Datenprüfung, Gewichtung, Lernziel c,

6.4 Datenauswertung, Lernziel e,

7.2 Projektabrechnung, Lernziele b und c,

zu vermitteln.

Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Fachangestellter für Markt- und Sozialforschung/ Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 8. März 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 Arbeit 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. März 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 6. April 2006 (BGBl. 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
	Summe (insgesamt 840 Std.)	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 Zeitrhythmus: 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 Erfolgschancen 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		

Ziel:

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.

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.

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.

Inhalte:

verbale und nonverbale Kommunikation
Rechts- und Geschäftsfähigkeit
Willenserklärung und Kaufvertrag
AGB, Geheimhaltungsvereinbarung
Informations- und Kommunikationssysteme

Lernfeld 4:	Markt- und Sozialforschungsprojekte planen	1. Ausbildungsjahr Zeitrichtwert: 100 Stunden
Ziel: 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. 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.		
Inhalte: 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		
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		

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 Zeitrhythmuswert: 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 festgelegten Parametern. 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 Zeitrhythmuswert: 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 Zeitrichtwert: 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 der 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 Angebots-erstellung 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, indem 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		

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