

Lehrplanrichtlinien für die Berufsschule

Fachklassen

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

**Unterrichtsfächer: Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse
Markt- und Sozialforschung
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle**

Jahrgangsstufen 10 bis 12

Juli 2006

Die Lehrplanrichtlinien wurden mit Verfügung vom 11.08.2006 (AZ VII.4-5S9414F39-1-7.61915) für verbindlich erklärt und gelten mit Beginn des Schuljahres 2006/2007.

Herausgeber:

Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung, Schellingstr. 155, 80797 München,
Telefon 089 2170-2211, Telefax 089 2170-2215

Internet: www.isb.bayern.de

Herstellung und Vertrieb:

Offsetdruckerei + Verlag Alfred Hintermaier, Inh. Bernhard Hintermaier,
Nailastr. 5, 81737 München, Telefon 089 6242970, Telefax 089 6518910

E-Mail: shop@hintermaier-druck.de

INHALTSVERZEICHNIS**EINFÜHRUNG****SEITE**

1	Bildungs- und Erziehungsauftrag der Berufsschule	1
2	Ordnungsmittel und Studentafeln	2
3	Leitgedanken für den Unterricht an Berufsschulen	3
4	Verbindlichkeit der Lehrplanrichtlinien	4
5	Übersicht über die Fächer und Lernfelder	4
6	Berufsbezogene Vorbemerkungen	5

LEHRPLANRICHTLINIENJahrgangsstufe 10

Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	7
Markt- und Sozialforschung	10
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	12

Jahrgangsstufe 11

Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	13
Markt- und Sozialforschung	14

Jahrgangsstufe 12

Markt- und Sozialforschung	18
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	21

ANHANG:

Mitglieder der Lehrplankommission	22
Verordnung über die Berufsausbildung	

EINFÜHRUNG

1 Bildungs- und Erziehungsauftrag der Berufsschule

Die Berufsschule hat gemäß Art. 11 BayEUG die Aufgabe, den Schülerinnen und Schülern berufliche und allgemein bildende Lerninhalte unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen der Berufsausbildung zu vermitteln. Die Berufsschule und die Ausbildungsbetriebe erfüllen dabei in der dualen Berufsausbildung einen gemeinsamen Bildungsauftrag.

Die Aufgabe der Berufsschule konkretisiert sich in den Zielen,

- 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 der Gesellschaft gerecht zu werden,
- 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 allgemein bildenden Unterricht und soweit es im Rahmen berufsbezogenen Unterrichts möglich ist, auf die Kernfragen unserer Zeit eingehen, wie

- Arbeit und Arbeitslosigkeit,
- friedliches Zusammenleben von Menschen, Völkern und Kulturen in einer Welt unter Wahrung ihrer jeweiligen kulturellen Identität,
- Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen sowie
- Gewährleistung der Menschenrechte.

2 Ordnungsmittel und Stundentafeln

Ordnungsmittel

Den Lehrplanrichtlinien¹ liegen der Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung/Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung – Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2006 – und die Verordnung über die Berufsausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung/zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung vom 06. April 2006 (BGBl. I, Nr. 17, S. 828 ff.) zugrunde.

Der Ausbildungsberuf Fachangestellter für Markt- und Sozialforschung/Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung ist keinem Berufsfeld zugeordnet. Die Ausbildungszeit beträgt 3 Jahre.

Stundentafeln

Den Lehrplanrichtlinien liegen die folgenden Stundentafeln zugrunde:

Blockunterricht	13 Block-	11 Block-	9 Block-
	wochen		
<u>Fächer</u>	<u>Jgst. 10</u>	<u>Jgst. 11</u>	<u>Jgst. 12</u>
Religionslehre	3	3	3
Deutsch	3	3	3
Politik und Gesellschaft	3	3	3
Sport	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>2</u>
	11	11	11
Englisch	3	3	3
Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse	9	3	-
Markt- und Sozialforschung	11	22	17
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	<u>5</u>	<u>-</u>	<u>8</u>
	28	28	28
Zusammen	39	39	39
<u>Wahlunterricht</u> ²			

¹ Lehrplanrichtlinien unterscheiden sich von herkömmlichen Lehrplänen darin, dass die Formulierungen der Lernziele und Lerninhalte aus den KMK-Rahmenlehrplänen im Wesentlichen unverändert übernommen werden.

² gemäß BSO in der jeweils gültigen Fassung

3 Leitgedanken für den Unterricht an Berufsschulen

Lernen hat die Entwicklung der individuellen Persönlichkeit zum Inhalt und zum Ziel. Geplantes schulisches Lernen erstreckt sich dabei auf vier Bereiche:

- Aneignen von bildungsrelevantem Wissen,
- Einüben von manuellen bzw. instrumentellen Fertigkeiten und Anwenden einzelner Arbeitstechniken, aber auch gedanklicher Konzepte,
- produktives Denken und Gestalten, d. h. vor allem selbstständiges Bewältigen berufstypischer Aufgabenstellungen,
- Entwickeln einer Wertorientierung unter besonderer Berücksichtigung berufsethischer Aspekte.

Diese vier Bereiche stellen Schwerpunkte dar, die einen Rahmen für didaktische und methodische Entscheidungen geben. Im konkreten Unterricht werden sie oft ineinander fließen.

Die enge Verknüpfung von Theorie und Praxis ist das grundsätzliche didaktische Anliegen der Berufsausbildung. Für die Berufsschule heißt das: Theoretische Grundlagen und Erkenntnisse müssen praxisorientiert vermittelt werden und zum beruflichen Handeln befähigen. Neben der Vermittlung von fachlichen Kenntnissen und der Einübung von Fertigkeiten sind im Unterricht verstärkt überfachliche Qualifikationen anzubahnen und zu fördern.

Lernen wird erleichtert, wenn der Zusammenhang zur Berufs- und Lebenspraxis deutlich zu erkennen ist. Dabei spielen konkrete Handlungssituationen, aber auch in der Vorstellung oder Simulation vollzogene Operationen sowie das gedankliche Nachvollziehen und Bewerten von Handlungen eine wichtige Rolle. Methoden, die Handlungskompetenz unmittelbar fördern, sind besonders geeignet und sollten deshalb in der Unterrichtsplanung angemessen berücksichtigt werden. Handlungskompetenz wird verstanden als die Bereitschaft und Fähigkeit des Einzelnen, sich in gesellschaftlichen, beruflichen und privaten Situationen sachgerecht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungsorientierter Unterricht ist ein didaktisches Konzept, das fach- und handlungssystematische Strukturen miteinander verschränkt. Dieses Konzept lässt sich durch unterschiedliche Unterrichtsmethoden verwirklichen. Die Auswahl der Unterrichtsmethoden orientiert sich an den aktuellen Empfehlungen der Unterrichtswissenschaften.

Im Unterricht ist zu achten auf

- eine sorgfältige und rationelle Arbeitsweise,
- Sparsamkeit beim Ressourceneinsatz,
- die gewissenhafte Beachtung aller Maßnahmen, die der Unfallverhütung und dem Umweltschutz dienen,
- sorgfältigen Umgang mit der deutschen Sprache in Wort und Schrift.

Im Hinblick auf die Fähigkeit, Arbeit selbstständig zu planen, durchzuführen und zu kontrollieren, sind vor allem die bewusste didaktische und methodische Planung des Unterrichts, die fortlaufende Absprache der Lehrer für die einzelnen Fächer bis hin zur gemeinsamen Planung fächerübergreifender Unterrichtseinheiten erforderlich. Darüber hinaus ist im Sinne einer bedarfsgerechten Berufsausbildung eine kontinuierliche personelle, organisatorische und didaktisch-methodische Zusammenarbeit mit den anderen Lernorten des dualen Systems sicherzustellen.

4 Verbindlichkeit der Lehrplanrichtlinien

Die Ziele und Inhalte der Lehrplanrichtlinien bilden zusammen mit den Prinzipien des Grundgesetzes für die Bundesrepublik Deutschland, der Verfassung des Freistaates Bayern und des Bayerischen Gesetzes über das Erziehungs- und Unterrichtswesen die verbindliche Grundlage für den Unterricht und die Erziehungsarbeit. Im Rahmen dieser Bindung trifft der Lehrer seine Entscheidungen in pädagogischer Verantwortung.

Die Inhalte der Lehrplanrichtlinien werden innerhalb einer Jahrgangsstufe in der Reihenfolge behandelt, die sich aus der gegenseitigen Absprache der Lehrkräfte zur Abstimmung des Unterrichts ergibt. Sind mehrere Lernfelder in einem Fach gebündelt, so ist deren Reihenfolge nicht verbindlich. Ebenso sind dann die Zeitrichtwerte der Lernfelder als Anregung gedacht.

5 Übersicht über die Fächer und Lernfelder

Jahrgangsstufe 10

Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse

Die Ausbildung in der Markt- und Sozialforschung mitgestalten	52 Std.
Geschäftsprozesse der Markt- und Sozialforschung analysieren	<u>65 Std.</u>
	117 Std.

Markt- und Sozialforschung

Dienstleistungen der Markt- und Sozialforschung anbieten	52 Std.
Markt- und Sozialforschungsprojekte planen	<u>91 Std.</u>
	143 Std.

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Werteströme von Projekten/Unternehmen der Markt- und Sozialforschung dokumentieren	65 Std.
--	---------

Jahrgangsstufe 11

Betriebs- und gesamtwirtschaftliche Prozesse

Gesellschaftliche Prozesse mit der Markt- und Sozialforschung analysieren	33 Std.
---	---------

Markt- und Sozialforschung

Markt- und Sozialforschungsprojekte vorbereiten	77 Std.
Markt- und Sozialforschungsprojekte durchführen	77 Std.
Daten von Markt- und Sozialforschungsprojekten auswerten	<u>88 Std.</u>
	242 Std.

Jahrgangsstufe 12**Markt- und Sozialforschung**

Projektdokumentation erstellen	63 Std.
Projektpräsentationen gestalten und organisieren	45 Std.
Ein Markt- oder Sozialforschungsprojekt umsetzen	<u>45 Std.</u>
	153 Std.

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Markt- und Sozialforschungsprojekte nachbereiten	72 Std.
--	---------

6 Berufsbezogene Vorbemerkungen

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 erfolgen integrativ über Medien und informationstechnische Systeme in den Lernfeldern.

Kundenorientierung und Handlungskompetenz in der Marktforschung werden besonders herausgestellt. Betriebliche und schulische Ausbildung ermöglichen den Zugang und die sachgerechte Bearbeitung grundlegender Problemstellungen 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 dieser Lehrplanrichtlinie 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 Entwicklungen zu interpretieren. Eine ganzheitliche Sichtweise auf komplexe Problemstellungen und die Erarbeitung zukunftsverträglicher Lösungen sind 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. Zur Umsetzung der fremdsprachlichen Ziele und Inhalte finden sich in den Lernfeldern vielfältige Anknüpfungspunkte.

LEHRPLANRICHTLINIEN

BETRIEBS- UND GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	52 Std.
Die Ausbildung in der Markt- und Sozialforschung mitgestalten	
Ziele 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.

BETRIEBS- UND GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	65 Std.
Geschäftsprozesse der Markt- und Sozialforschung analysieren	
Ziele	
<p>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.</p>	
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	

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	52 Std.
Dienstleistungen der Markt- und Sozialforschung anbieten	
Ziele	
<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. 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.</p>	
Inhalte	
Verbale und nonverbale Kommunikation	
Rechts- und Geschäftsfähigkeit	
Willenserklärung und Kaufvertrag	
AGB, Geheimhaltungsvereinbarung	
Informations- und Kommunikationssysteme	

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	91 Std.
Markt- und Sozialforschungsprojekte planen	
Ziele	
<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. 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>	
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	

KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG UND KONTROLLE
Jahrgangsstufe 10

Lernfeld	65 Std.
Werteströme von Projekten/Unternehmen der Markt- und Sozialforschung dokumentieren	
Ziele 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	

BETRIEBS- UND GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROZESSE

Jahrgangsstufe 11

Lernfeld	33 Std.
Gesellschaftliche Prozesse mit der Markt- und Sozialforschung analysieren	
Ziele 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	

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 11

Lernfeld	77 Std.
Markt- und Sozialforschungsprojekte vorbereiten	
Ziele	
<p>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 Datenbankanbindung in ihren Grundzügen. Sie kalkulieren die Kosten eines einfachen, vorgegebenen Projektes.</p>	
Inhalte	
Aufbau und Leistungsmerkmale eines Arbeitsplatzrechners	
Internet, Intranet, Client-Server-Prinzip, Benutzer, Gruppen, Rechte, Bedingungen	
Objektivität, Validität, Reliabilität	
Stichprobentheorie und Auswahlverfahren	

Fragebogengestaltung, Gesprächsleitfaden
Codeplan

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 11

Lernfeld	77 Std.
Markt- und Sozialforschungsprojekte durchführen	
Ziele 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	

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 11

Lernfeld	88 Std.
Daten von Markt- und Sozialforschungsprojekten auswerten	
Ziele	
<p>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 diese als Bestandteil der Qualitätssicherung.</p>	
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	

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	63 Std.
 Projektdokumentation erstellen	
Ziele 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	

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	45 Std.
Projektpräsentationen gestalten und organisieren	
Ziele 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	

MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	45 Std.
Ein Markt- oder Sozialforschungsprojekt umsetzen	
Ziele 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	

KAUFMÄNNISCHE STEUERUNG UND KONTROLLE

Jahrgangsstufe 12

Lernfeld	72 Std.
Markt- und Sozialforschungsprojekte nachbereiten	
Ziele 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	

ANHANG

Mitglieder der Lehrplankommission:

Matthias Freitag
Dr. Marko Hunger

Staatl. BS Erlangen
ISB, München