

# ANHANG 18 TUNING-EUROPSY PROJEKT - BERUFLICHE KOMPETENZEN

## VIER KOMPETENZARTEN DER BERUFLICHEN KOMPETENZ VON PSYCHOLOG:INNEN IM TUNING EUROPSY PROJEKT

### 1. Grundlegende oder allgemeine Kompetenzen

GENERISCHE KOMPETENZEN im Tuning Projekt Psychologie <sup>1</sup>		
Instrumentelle Kompetenzen	Interpersonale Kompetenzen	Systemische Kompetenzen
<p><b>Umgang mit Informationen:</b> Effektives Sammeln von Informationen aus Büchern und Zeitschriften; effektives Sammeln von Informationen aus Dokumenten; effektives Sammeln von Informationen von anderen Personen; Gestaltung und Durchführung von Interviews; Entwurf und Durchführung von Umfragen; Dokumentieren;</p> <p><b>Kommunikation:</b> Lesen und Schreiben; audiovisuelle Präsentationen geben; mündlich und schriftlich berichten; effektive 2-Wege-Kommunikation; Absichten der Menschen interpretieren;</p> <p><b>Metakognition</b> Logisches Denken; kritisches Denken; Anwendung verschiedener Problemlösungsstrategien; Evaluation neuer Entwicklungen;</p>	<p><b>Teamwork</b></p>	<p><b>Selbstorganisation:</b> Ziele setzen; Einschätzung der benötigten Ressourcen; Planung von Aktivitäten; Organisation von Aktivitäten; Überwachung des eigenen Fortschritts und der Leistung;</p>

2. **Primärkompetenzen**, die sich auf berufsspezifische psychologische Inhalte der beruflichen Praxis beziehen in Form von zwanzig Primärkompetenzen, gruppiert in sechs funktionelle Kategorien beruflicher Aktivitäten entsprechend der Aufgaben aller Psychologen, die sie auf individueller, Gruppen- oder gesellschaftlicher Ebene ausüben:

Primärkompetenzen	Deskriptoren
<b>A. ZIELSPEZIFIKATION</b>	
Bedarfsanalyse	Interaktion mit Klienten zur Zielsetzung der Intervention/Dienstleistung
Zielsetzung	Informationssammlung zum Bedarf des Klienten mit angemessenen Methoden bis zur Klärung sinnvoller weiterer Tätigkeiten Ziele vorschlagen und mit dem Klienten verhandeln, akzeptable und machbare Ziele festlegen und Kriterien für die Bewertung der Zielerfüllung zu einem späteren Zeitpunkt festlegen.

<sup>1</sup> Tuning-EuroPsy: Reference Points for the design and delivery of degree programmes in Psychology S.46, S.55  
<http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/tuning/tuning27.pdf>

## **B. DIAGNOSTIK**

Individuelle Diagnostik

Ermittlung relevanter Merkmale von Individuen, Gruppen, Organisationen und Situationen mittels geeigneter Methoden.

Durchführung einer Diagnostik mittels Befragung, Tests und Beobachtung bei Einzelpersonen in einem für die geforderte Leistung relevanten Setting.

Gruppendiagnostik

Durchführung einer Diagnostik mittels Befragung, Test und Beobachtung bei Gruppen in einem für die geforderte Dienstleistung relevanten Setting.

Organisationsdiagnostik

Durchführung einer Diagnostik mittels Interview, Fragebogen und andere Methoden und Techniken, die geeignet sind, Organisationen in einem für die nachgefragte Dienstleistung relevanten Umfeld zu analysieren.

Situationsdiagnostik

Durchführung einer Diagnostik mittels Interviews, Fragebogen und andere Methoden und Techniken, die geeignet sind, Situationen in einem für die nachgefragte Dienstleistung relevanten Umfeld zu analysieren.

## **C. ENTWICKLUNG**

Entwicklung von Dienstleistungen oder Produkten auf der Grundlage psychologischer Theorien und Methoden zur Nutzung durch Klienten oder Psychologen.

Dienstleistungs- oder Produktdefinition & Bedarfsanalyse

Definition des Zwecks der Dienstleistung oder des Produkts, Identifizierung relevanter Interessengruppen, Analyse von Anforderungen und Einschränkungen, Erstellung von Spezifikationen für das Produkt oder die Dienstleistung unter Berücksichtigung des Umfeldes, in der die Dienstleistung oder das Produkt genutzt werden soll.

Dienstleistungs- oder Produktdesign

Gestaltung oder Anpassung von Dienstleistungen oder Produkten gemäß der Anforderungen und Einschränkungen unter Berücksichtigung des Umfeldes, in der die Dienstleistung oder das Produkt genutzt werden soll.

Dienstleistungs- oder Produkttests

Testen der Dienstleistung oder des Produkts und Bewerten ihrer Durchführbarkeit, Zuverlässigkeit, Gültigkeit und anderer Merkmale unter Berücksichtigung des Umfeldes, in der die Dienstleistung oder das Produkt genutzt werden soll.

Dienstleistungs-oder Produktevaluation

Bewertung der Dienstleistung oder des Produkts im Hinblick auf Nutzen, Klientenzufriedenheit, Benutzerfreundlichkeit, Kosten und andere Aspekte, die für das Umfeld, in der die Dienstleistung oder das Produkt genutzt werden soll, relevant sind.

## **D INTERVENTION**

Ermittlung, Vorbereitung und Durchführung von Interventionen, die zur Erreichung der gesetzten Ziele geeignet sind, unter Verwendung der Ergebnisse von Diagnostik- und Entwicklungsaktivitäten.

Interventionsplanung

Entwicklung eines Interventionsplans, der geeignet ist, die gesetzten Ziele in einem für die nachgefragte Leistung relevanten Umfeld zu erreichen.

Direkte personenzentrierte Intervention

Anwendung von Interventionsmethoden, die gemäß des Interventionsplans eine oder mehrere Personen direkt betreffen, in einem für die nachgefragte Leistung relevanten Umfeld.

Direkte situationszentrierte Intervention

Anwendung von Interventionsmethoden, die gemäß des Interventionsplans ausgewählte Aspekte der Situation direkt beeinflussen, in einem für die nachgefragte Leistung relevanten Setting.

Indirekte Intervention

Anwendung von Interventionsmethoden, die es Einzelpersonen, Gruppen oder Organisationen ermöglichen, in einem für die nachgefragte Dienstleistung relevanten Umfeld zu lernen und Entscheidungen im eigenen Interesse zu treffen.

Dienstleistungs-  
Produktimplementierung

oder

Einführung von Dienstleistungen oder Produkten und Förderung ihrer ordnungsgemäßen Verwendung durch Klienten oder andere Psychologen.

## **E EVALUATION**

Feststellung der Angemessenheit der Interventionen im Hinblick auf die Einhaltung des Interventionsplans und das Erreichen der gesetzten Ziele.

Evaluationsplanung

Entwerfen eines Plans zur Evaluation einer Intervention, einschließlich der aus dem Interventionsplan und den gesetzten Zielen abgeleiteten Kriterien, in einem für die nachgefragte Leistung relevanten Umfeld.

Evaluationsmessung

Auswahl und Anwendung von Messtechniken, die für die Durchführung des Bewertungsplans geeignet sind, in einem für die nachgefragte Leistung relevanten Umfeld.

Evaluationsanalyse

Durchführung von Analysen gemäß Evaluationsplan und Schlussfolgerungen für die Wirksamkeit von Interventionen in einem für die nachgefragte Leistung relevanten Umfeld.

## **F KOMMUNIKATION**

Bereitstellung von Informationen für Klienten in einer Weise, die den Bedürfnissen und Erwartungen der Klienten entsprechen.

Feedback geben

Rückmeldung an Klienten mit geeigneten mündlichen und/oder audiovisuellen

Bericht verfassen

Mitteln in einem für die nachgefragte Dienstleistung relevanten Umfeld.

Verfassen von Berichten, um Klienten über die Ergebnisse von Evaluationen, Dienstleistungs- oder Produktentwicklungen, Interventionen und/oder Evaluationen in einem für die nachgefragte Dienstleistung relevanten Umfeld zu informieren.

**3. Allgemeine für die berufliche Praxis befähigende Kompetenzen** sind neun Kompetenzen, die laut Tuning-Europsy in der Praxis erworben werden und zusammen mit den Primärkompetenzen notwendig für den Erwerb beruflicher Kompetenz sind.

<b>Ermöglichende Kompetenzen</b>		<b>Deskriptoren</b>
BERUFLICHE STRATEGIE		Auswahl einer geeigneten Strategie zur Bewältigung gestellter Probleme auf der Grundlage einer Reflexion der beruflichen Situation und der eigenen primären Kompetenzen.
LEBENSBEGLEITENDE FORTBILDUNG	BERUFLICHE	Aktualisierung und Weiterentwicklung der eigenen primären und ermöglichenden Kompetenzen, Kenntnisse und Fähigkeiten in Übereinstimmung mit den Veränderungen auf dem Gebiet und den Standards und Anforderungen des psychologischen Berufs sowie nationalen und europäischen Vorschriften (z.B. EFPA-Regelungen zu EuroPsy).
BERUFLICHE BEZIEHUNGEN		Aufbau und Pflege von Beziehungen zu anderen Fachleuten und relevanten Organisationen.
FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG		Entwicklung neuer Interventionen, Produkte und Dienstleistungen, die potentiell aktuelle oder künftige Klientenbedürfnisse erfüllen und neue Formen der beruflichen Tätigkeit oder des Geschäfts generieren.
MARKETING & VERKAUF		Aktuelle oder potenzielle Klienten auf aktuelle und neue Produkte und Dienstleistungen aufmerksam machen, Klienten kontaktieren, Geschäftsangebote machen, Dienstleistungen vermarkten, Dienstleistungen nach der Durchführung der Dienstleistung/der Vermarktung anbieten.
RESSOURCENMANAGEMENT		Aufbau und Pflege von Beziehungen zu (potenziellen) Klienten, Überwachung der Bedürfnisse und Zufriedenheit der Klienten, Ermittlung von Möglichkeiten zur Ausweitung der beruflichen Tätigkeit oder des Geschäfts.
PRAXISMANAGEMENT		Gestaltung und Verwaltung der Praxis, die zu Dienstleistungen führt, sei es als Kleinunternehmen oder als Teil einer

QUALITÄTSSICHERUNG

größeren privaten oder öffentlichen Organisation, einschließlich finanzieller, personeller und betrieblicher Aspekte, Angebot an Mitarbeiterführung  
Aufbau und Pflege eines Systems zur Qualitätssicherung der beruflichen Praxis als Ganzes

SELBSTREFLEXION

Kritische Selbstreflexion über die eigene berufliche Praxis und eigene Kompetenzen als Kernmerkmal beruflicher Kompetenz.

#### 4. **Forschungskompetenzen** für die berufliche Rolle des Wissenschaftler-Praktikers oder des Forschers<sup>2</sup>

<b>Kompetenzen</b>	<b>Dekriptoren</b>
LITERATURRECHERCHE FORSCHUNGSDESIGN	Hypothesenformulierung und Testen Formulierung von Forschungsfragen, Forschungsstrategien, Frage des Forschungsdesigns (Reliabilität, Validität, Replikation); Forschungsdesigns (experimentell, Querschnitt, Längsschnitt, Fallstudie, vergleichend usw.); ethische Fragen
ERHEBUNG VON FORSCHUNGSDATEN (QUALITATIV UND QUANTITATIV)	Datenerhebung (qualitativ und quantitativ) Erhebung von Forschungsdaten (qualitativ und quantitativ), einschließlich experimenteller Methoden, Fallstudie, Interviews, Fragebogen
DATENANALYSE (QUALITATIV UND QUANTITATIV) BERICHT VERFASSEN	Forschungsdaten statistisch analysieren. Forschungsdaten qualitativ analysieren Verfassen eines Forschungsberichts oder von Artikeln und anderen schriftlichen Dokumenten.
FORSCHUNG VERBREITEN	Feedback aus der Forschung geben und mündliche Präsentationen in verschiedenen Kontexten halten.

---

<sup>2</sup> Ebenda S. 63