

Inhalt

1	Beratung und Beratungslehre.....	9
1.1	Beratung.....	9
1.2	Ziele der Beratung.....	12
1.3	Beratungslehre.....	14
1.4	Die Stellung der Beratungsinstitutionen im Prozeß der Wissensverbreitung.....	16
2	Möglichkeiten zur Beeinflussung menschlichen Verhaltens.....	25
3	Ethische Aspekte der Beratung.....	30
4	Theorien des Beratungsprozesses.....	36
4.1	Entscheidungsverhalten.....	36
4.2	Annahme und Verbreitung von Neuerungen.....	43
4.2.1	Übernahmeprozesse.....	44
4.2.2	Art der Neuerung und Übernahmebereitschaft.....	45
4.2.3	Einflüsse von Informationsquellen auf das Übernahmeverhalten.....	47
4.2.4	Übernehmerkategorien.....	52
4.2.5	Verbreitungs- und Beeinflussungsprozesse (Diffusion)...	55
5	Beratungsmethoden.....	58
5.1	Massenmedien.....	58
5.2	Gruppenberatung.....	61
5.2.1	Vorträge.....	62
5.2.2	Vorführungen und Demonstrationen.....	63
5.2.3	Exkursionen.....	64
5.2.4	Zielgruppensegmentierung.....	65
5.3	Einzelberatung.....	71
5.3.1	Funktionen des Beratungsgesprächs.....	71
5.3.2	Gesprächsmodelle.....	75
5.3.3	Reaktionsweisen des Beraters im Gespräch.....	77
5.3.4	Die Bedeutung der beziehungsfördernden Grundhaltung im Beratungsgespräch.....	79
6	Planung von Beratungsprogrammen.....	82
6.1	Modell des Planungsprozesses.....	84
6.1.1	Analyse der Ausgangssituation und Problemdefinition....	84
6.1.2	Auswahl von Programmzielen.....	86
6.1.3	Zielgruppensegmentierung.....	88
6.1.4	Inhaltselemente.....	89
6.1.5	Lernaktivitäten und Methodenwahl.....	90
6.1.6	Interne Organisationsstrukturen.....	91
6.1.7	Externe Organisationsstrukturen.....	91
6.2	Organisation und Koordination der Beratung.....	92

7	Erfolgskontrollen (Evaluierung).....	97
7.1	Einführung.....	97
7.2	Ebenen und Kriterien für die Beurteilung von Beratungs- programmen.....	99
7.3	Erstellung der für die Evaluierung benötigten Daten....	101
7.4	Wer sollte evaluieren?.....	104
	Literaturverzeichnis.....	107