

Modulhandbuch des Studiengangs Wirtschaftspsychologie (B. Sc.)

Hinweis:

- Dieses Modulhandbuch ist gültig ab dem Intake WiSe 2021/22
- Die Module sind alphabetisch nach ihrem Namen sortiert



Allgemeine Psychologie

General (Experimental) Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1168 (Version 9.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B1168

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Die Lehrveranstaltung „Allgemeine Psychologie“ vermittelt Grundlagenwissen über menschliche kognitive Funktionen und legt damit ein Fundament für das weitere Studium angewandter psychologischer Themen innerhalb der Wirtschaftspsychologie.

Lehrinhalte

Theorien, Gesetze und Forschungsergebnisse zur Funktion der menschlichen Kognition. Hierzu zählen z.B.:

- Neurophysiologische Grundlagen kognitiver Prozesse,
- Wahrnehmung (mit Schwerpunkt auf visueller und auditiver Wahrnehmung),
- Gedächtnis (Ultrakurzzeit-, Kurzzeit-, Langzeitgedächtnis),
- Lernen (klassisches und operantes Konditionieren, Lernen am Modell, Prägung, Lernen und Einsicht),
- Motivation und Emotion,
- Denken (Logik des deduktiven und induktiven Schließens, typische Denkfehler),
- Entscheiden (probabilistische Modelle, insbesondere Entscheiden unter Risiko, Heuristiken, verzerrte Entscheidungen).

Im Zentrum der methodischen Herangehensweise steht dabei das psychologische Experiment.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die grundlegenden Funktionen der menschlichen Kognition. Insbesondere reflektieren sie sowohl die erstaunlichen Leistungen beispielsweise der menschlichen Sensorik, andererseits aber auch die Fehleranfälligkeit der menschlichen Urteilsbildung durch Wahrnehmungstäuschungen, Gedächtnisfehler, Denk- und Entscheidungsfehler.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, psychologische Alltagsphänomene der Wahrnehmung, des Gedächtnisses, des Lernens und Denkens auf der Basis allgemeinpsychologischer Erkenntnisse zu erklären.

Lehr-/Lernmethoden

Interaktive Vorlesung

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Zöllner, Henrik



Lehrende

Zöller, Henrik
Stegmaier, Ralf
Kanning, Uwe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

30	Prüfungen
----	-----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Literaturstudium
----	------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Anderson, J.R. (2013). Kognitive Psychologie. 7. Aufl. Berlin: Springer
Bear, M.F., Connors, B.W., Paradiso, M.A. (2018). Neurowissenschaften. 4. Aufl. Berlin: Springer
Bischof, N. (2009). Psychologie. Ein Grundkurs für Anspruchsvolle. 2. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer
Gerrig, R.J., Dörfler, T., Roos, J. (2018). Psychologie. 21. Aufl. Halbergmoos: Pearson
Goldstein, E. B. (2015). Wahrnehmungspsychologie. 9. Aufl. Heidelberg: Springer
Jungermann, H., Pfister, H.R., Fischer, K. (2016). Die Psychologie der Entscheidung. 4. Aufl. Heidelberg: Springer
Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. London: Allen Lane
Meyers, D.G. (2014). Psychologie. 3. Aufl. Heidelberg: Springer
Müsseler, J., Rieger, M. (Ed.) (2017). Allgemeine Psychologie. 3. Aufl. Berlin: Springer

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen das besprochene Grundwissen über Allgemeine Psychologie nach.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Arbeitspsychologie

Work Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0613 (Version 10.0) vom 06.01.2021.

Modulkennung

22B0613

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Die Arbeitspsychologie stellt eine wichtige Teildisziplin der Wirtschaftspsychologie dar, die sich auf die Rolle der Arbeit für das Erleben und Verhalten von Menschen konzentriert. Erkenntnisse aus dem Gebiet der Arbeitspsychologie sind relevant für verschiedene Anwendungsfelder wie z. B. für betriebliche Gesundheitsförderung, Arbeitsschutz, Training und Weiterbildung, Gestaltung von Mensch-Maschine Systeme oder Projektmanagement und Prozessoptimierung.

Lehrinhalte

1. Stress und Gesundheit (z. B. Mobbing, Burnout)
2. Betriebliche Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz
3. Menschliche Handlungsfehler, Risikomanagement
4. Emotionsarbeit
5. Fehlzeiten und Fluktuation
6. Work-Life-Balance
7. Erwerbslosigkeit
8. Lernen und Sozialisation in Arbeitsprozessen
9. Mensch-Maschine-Systeme
10. Projektmanagement und Prozessoptimierung
11. Digitalisierung und Arbeitsbedingungen
12. Arbeitsgestaltung und Arbeitsorganisation (z. B. Call Center, Telearbeit, Bürokonzepte, Teamarbeit)

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben ein breit angelegtes und vertieftes arbeitspsychologisches Wissen zur Bedeutung der Arbeit für das Erleben und Verhalten von Menschen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über detailliertes Wissen, wie sich die Gestaltung von Arbeit auswirkt auf Variablen wie Stress, Gesundheit, Work-Life-Balance, Fehlzeiten, Fluktuation, Handlungsfehler oder Lernen.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie haben gelernt, arbeitspsychologische Methoden und Instrumente mit Bedeutung für Gesundheit, Arbeitssicherheit, Work-Life-Balance, Lernen und Kompetenzentwicklung, Projektmanagement oder Prozessoptimierung auf praktische Beispiele anzuwenden.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie können ihre wissenschaftlich begründeten Analysen und Interventionen gut strukturiert für unterschiedliche Zielgruppen präsentieren und damit Akzeptanz für Lösungen schaffen.



Können - systemische Kompetenz

Sie sind in der Lage, den Kontext für gelingende und misslingende Lösungen zu identifizieren und ihre Interventionen konstruktiv zu gestalten und an Besonderheiten der Situation anzupassen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

Allgemeine Psychologie, Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Personal- und Organisationspsychologie

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Zöller, Henrik

Stegmaier, Ralf

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Literaturstudium
----	------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Badura, B., Walter, U. & Hehlmann, Th. (Hrsg.). (2010). Betriebliche Gesundheitspolitik. Der Weg zur gesunden Organisation. Heidelberg: Springer.

Bamberg, E. (2015). Arbeitspsychologie: Göttingen: Hogrefe.

Faller, G. (Hrsg.). (2010). Lehrbuch Betriebliche Gesundheitsförderung. Bern: Hans Huber.

Glendon, A. I., Clarke, S. G. & McKenna, E. F. (2006). Human safety and risk management. London: Taylor & Francis.

Grandey, A. A., Diefendorff, J. M. & Rupp, D. E. (Eds.). (2013). Emotional labor in the 21st century. New York, NY: Routledge.

Landy, F. J. & Conte, J. M. (2007). Work in the 21st century: An introduction to industrial and organizational psychology. Malden, MA: Blackwell Publishing.

Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2018). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer.

Quick, J. C. & Tetrick, L. E. (Eds.). (2011). Handbook of occupational health psychology. Washington, DC: American Psychological Association.

Sonntag, Kh., Frieling, E. & Stegmaier, R. (2012). Lehrbuch Arbeitspsychologie. Bern: Hans Huber.

Sonntag, Kh. & Stegmaier, R. (2007). Arbeitsorientiertes Lernen. Stuttgart: Kohlhammer.

Ulich, E. & Wülser, M. (2009). Gesundheitsmanagement in Unternehmen. Wiesbaden: Gabler.



Prüfungsleistung

Hausarbeit
Klausur 2-stündig
Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Arbeitsrecht für Wirtschaftspsychologen/-innen

Labour Law

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1515 (Version 4.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1515

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

In Wirtschaftsunternehmen haben arbeitsrechtliche Gesichtspunkte eine große Relevanz. Das Modul dient dem Erwerb von Grundkenntnissen im Arbeitsrecht. Die Studierenden lernen arbeitsrechtliches Wissen für personelle Fragestellungen heranzuziehen und erlangen Wissen, das für ihre künftige Position auf Arbeitnehmer- und Arbeitgeberseite von Bedeutung ist.

Lehrinhalte

Überblick über das Arbeitsrecht:

- Stellung und Bedeutung des Arbeitsrechts
- Grundlagen des Arbeitsrechts mit Rechtsquellen und Systematik
- Fall- und Problemlösungstechnik im Arbeitsrecht
- Bedeutung und Merkmale des Arbeitsverhältnisses in Abgrenzung zu "freien Dienstverträgen" und Werkverträgen (einschließlich "Scheinselbständigkeit")
- Abschluss und Inhalt des Arbeitsverhältnisses
- Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis
- Leistungsstörungen und Haftungsgrundsätze
- Beendigungsformen und Beendigungsverfahren, insbesondere Kündigungsschutz und Arbeitnehmerrechte bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere Tarifverträge und Arbeitskampf
- Mitbestimmung im Betrieb: Stellung und Aufgaben des Betriebsrats
- Arbeitsgerichtsbarkeit: Stellung, Organisation und Verfahren der Arbeitsgerichte

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse des Individualarbeitsrechts, des Tarifrechts und des Betriebsverfassungsrechts und einen Überblick über das Arbeitsgerichtsverfahren. Sie können vorgegebene Sachverhalte und Problemstellungen des Arbeitsrechts nach Fallübungen methodisch bearbeiten und anhand von Rechtsquellen und unter Heranziehung der Rechtsprechung lösen. Sie sind in der Lage, die grundlegenden arbeitsrechtlichen Anforderungen (beispielsweise bei der Stellenausschreibung, Durchführung der Auswahlgespräche, von Personalleitungsmaßnahmen bis hin zur Kündigung) zu berücksichtigen. Systematisch wird von der Stellenausschreibung bis zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses vorgegangen, um die Verbindungen für die Studierenden immer wieder zu verdeutlichen.

Lehr-/Lernmethoden

Vortrag, Fallübungen und Fallstudien, Gruppenarbeiten

Empfohlene Vorkenntnisse



Wirtschaftsprivatrecht für Wirtschaftspsychologen/-innen

Modulpromotor

Miras, Antonio

Lehrende

Miras, Antonio

Strauß, Rainer

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
---------------	---------

60	Vorlesungen
----	-------------

0	Vorlesungen
---	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
---------------	---------

38	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

26	Literaturstudium
----	------------------

26	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Junker, A.: Grundkurs Arbeitsrecht, aktuelle Auflage

Reichold, H.: Arbeitsrecht, aktuelle Auflage

Senne, P.: Arbeitsrecht, aktuelle Auflage

Bachert, Steckler, Strauß, Arbeitrecht und Sozialversicherung, aktuelle Auflage

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Prüfungsanforderungen

Grundlegende Kenntnisse des Arbeitsrechts sowie die Fähigkeit, das erlernte Wissen anhand von Fragestellungen und Sachverhalten methodisch umzusetzen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Bachelorarbeit

Bachelor Dissertation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0507 (Version 24.0) vom 13.10.2017

Modulkennung

22B0507

Studiengänge

Angewandte Volkswirtschaftslehre (B.A.)
Betriebliches Informationsmanagement (B.Sc.)
Betriebswirtschaft im Gesundheitswesen (B.A.)
Betriebswirtschaft und Management - WiSo (B.A.)
Internationale Betriebswirtschaft und Management (B.A.)
Midwifery (B.Sc.)
Öffentliches Management (B.A.)
Pflegermanagement (B.A.)
Pflegerwissenschaft (B.A.)
Soziale Arbeit (B.A.)
Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)
Wirtschaftsrecht (Bachelor) (LL.B.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Das Erstellen der Bachelorarbeit bildet den Abschluss des Studiums der/des Studierenden. Sie integriert die fachlichen und überfachlichen Lernergebnisse der Module des Studiengangs. Durch die inhaltliche Auseinandersetzung mit der Themenstellung können die Studierenden ihre wissenschaftlichen und praxisbezogenen Kompetenzen exemplarisch belegen.

Lehrinhalte

Selbstständiges wissenschaftliches Bearbeiten eines praxisrelevanten Themenbereichs, dabei

- eigenständige Organisation und Erarbeitung des Arbeitsablaufs
- regelmäßige Rückkopplung mit den Prüfern während der Bearbeitung der Bachelorarbeit
- Heranziehung themenbezogener Quellen und wissenschaftlichen Grundlagenmaterials aus Rechtsprechung und Literatur

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,

- können aufbauend auf einer breiten wissens- und praxisbezogenen Grundlage, die sie im Studium erworben haben, theoretische und empirische Beiträge zu fachrelevanten Problem- und Fragestellungen verstehen, deren Grenzen und Möglichkeiten beurteilen und kritisch reflektieren.
- das fachliche und überfachliche Wissen und Können im Hinblick auf studiengangbezogene Theorie und Praxis in einer schriftlichen Auseinandersetzung zusammenführen.
- verfügen über die kritische Distanz, um sachgerechte Ergebnisse aus ihren Analysen ziehen zu können.

Wissensvertiefung



Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,
 - verfügen über das themenrelevante Wissen, um detaillierte Ergebnisse fachspezifisch erzielen, diskutieren und darstellen zu können.
 - können auch die fachspezifischen Ergebnisse in einem Gesamtzusammenhang präsentieren und verteidigen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,
 - können das im Studium erworbene instrumentelle Wissen zur Erzielung ihrer Ergebnisse der Bachelorarbeit einsetzen, d. h. sie können
 * erforderliche Daten erheben und interpretieren,
 * fachwissenschaftliche Methoden anwenden,
 * Hypothesen aufstellen und hinsichtlich ihrer Richtigkeit überprüfen.
 - sind in der Lage, die Bachelorarbeit im Hinblick auf die verschiedenen Anforderungen des Studiums und unter Berücksichtigung der zeitlichen Ressourcen selbstständig zu planen und abzufassen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können
 - die eingesetzten Methoden und Verfahren,
 - den Gesamtzusammenhang und
 - die erzielten Ergebnisse
 schriftlich und mündlich, unter Umständen auch in einer Fremdsprache, differenziert verdeutlichen, strukturieren und kritisch bewerten.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können
 - die im Studium erworbenen fachbezogenen und überfachlichen Kompetenzen anwenden,
 - die Ergebnisse ihrer Arbeit hinsichtlich ihrer praktischen Relevanz beurteilen und
 - die Beurteilung in einer den wissenschaftlichen Anforderungen entsprechenden Form (Bachelorarbeit) umsetzen.

Lehr-/Lernmethoden

Beratung und Betreuung durch zwei Prüfer/-innen in der Form von Kolloquien, Counselling, Coaching u. a.

Empfohlene Vorkenntnisse

Erfolgreicher Beginn / Erfolgreiche Durchführungen des Wissenschaftlichen Praxisprojekts/des IT-Projekts (Abweichende Regelungen in den Studiengängen Betriebswirtschaft im Gesundheitswesen, Angewandte Volkswirtschaftslehre)

Modulpromotor

Frie, Jan

Lehrende

Leistungspunkte

12

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Lehrtyp
 Workload

10 individuelle Betreuung

Workload Dozentenungebunden

Std. Lerntyp
 Workload

350 Bachelorarbeit



Literatur

Balzer, Helmut: Wissenschaftliches Arbeiten: Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation

Brink, Alfred: Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten

Disterer, Georg: Studienarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften

Franck, Norbert: Fit fürs Studium: erfolgreich reden, lesen, schreiben

ders.: Wissenschaftliches Arbeiten – eine praktische Anleitung

Franck, Norbert: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens

Grunwald, Klaus: Wissenschaftliches Arbeiten: Grundlagen zu Herangehensweisen, Darstellungsformen und Regeln

Huber, Michael: Keine Angst vor schriftlichen Abschlussarbeiten: Grundlagen wissenschaftlicher Arbeitstechnik

Karmasin, Matthias: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und Dissertationen

Lück, Wolfgang: Technik des wissenschaftlichen Arbeitens: Seminararbeit, Diplomarbeit, Dissertation

Möllers, Thomas M.J.: Juristische Arbeitstechnik und wissenschaftliches Arbeiten: Klausur, Hausarbeit, Seminararbeit, Studienarbeit, Staatsexamen, Dissertation

Nicol, Natascha: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben mit Word 2010: Für Haus-, Seminar- und Facharbeiten, Bachelor- und Masterthesis; Diplom- und Magisterarbeiten

Putzke, Holm: Juristische Arbeiten erfolgreich schreiben: Klausuren, Hausarbeiten, Seminare, Bachelor- und Masterarbeiten

Rossig, Wolfram E.: Wissenschaftliches Arbeiten: Leitfaden für Haus- und Seminararbeiten, Bachelor- und Masterthesis, Diplom- und Magisterarbeiten, Dissertationen

Scheld, Guido A.: Anleitung zur Anfertigung von Praktikums-, Seminar- und Diplomarbeiten sowie Bachelor- und Masterarbeiten

Schomerus, Thomas; Söffker, Christiane; Jelinski, Jörg: Erstellen schriftlicher Arbeiten: Regeln und Hinweise für die Gestaltung von Referat, Hausarbeit, Praxisbericht, Diplomarbeit, Bachelorarbeit

Sommer, Roy: Schreibkompetenzen: Klausuren, Seminar- und Examensarbeiten

Stickel-Wolf, Christine: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken: erfolgreich studieren – gewusst wie

Stock, Steffen: Erfolg bei Studienarbeiten, Referaten und Prüfungen

Töpfer, Arnim: Erfolgreich forschen: ein Leitfaden für Bachelor-, Master-Studierende und Doktoranden

jeweils in aktueller Auflage sowie darüber hinaus themenspezifische Literatur

Prüfungsleistung

Studienabschlussarbeit und Kolloquium

Bemerkung zur Prüfungsform



Prüfungsanforderungen

Erstellen und Verteidigung der Bachelorarbeit gem. des Allgemeinen Teils der Prüfungsordnung

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch und Englisch



Bio- und Gesundheitspsychologie

Biological and Health Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1522 (Version 10.0) vom 06.01.2021.

Modulkennung

22B1522

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

In diesem Modul werden Grundlagen der Biologischen Psychologie vermittelt und deren Bedeutung für psychische Funktionen sowie gesundheitspsychologische Ansätze und Interventionen herausgearbeitet.

Lehrinhalte

1. Grundlagen der Biologischen Psychologie
 - Gene und Verhalten
 - Bausteine, Aufbau und Funktion des Nervensystems
 - Informationsverarbeitung im Nervensystem
 - Hormon- und Immunsystem
2. Bedeutung biopsychologischer Grundlagen für psychische Funktionen und Prozesse
 - Psychoneuroimmunologie
 - Stress
 - Sucht
 - Schlaf
 - Lernen und Gedächtnis
 - Emotion & Motivation
3. Grundlagen und Interventionen der Gesundheitspsychologie
 - Gesundheitsverständnis
 - Modelle des Gesundheitsverhaltens
 - Interventionen zur Veränderung von Risiko- und Präventionsverhalten
 - Betriebliche Gesundheitsförderung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die Biologische Psychologie und die Gesundheitspsychologie.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über detailliertes Wissen, welche Rolle biologische Grundlagen für psychische Funktionen und Prozesse spielen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können auf Basis der Erkenntnisse der Biologischen Psychologie und der Gesundheitspsychologie wissenschaftlich fundierte Interventionen zur Förderung der Gesundheit erarbeiten.

Können - systemische Kompetenz



Die Studierenden können Arbeits- und Organisationsbedingungen hinsichtlich ihrer gesundheitlichen Auswirkungen bewerten und Lösungen betrieblicher Gesundheitsförderung formulieren.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Diskussion, Gruppenarbeit

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Lehrbeauftragte

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

30 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

40 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

40 Literaturstudium

40 Prüfungsvorbereitung

Literatur

- Faller, G. (2016). Lehrbuch Betriebliche Gesundheitsförderung. Göttingen: Hogrefe.
- Güntürkün, O. (2012). Biologische Psychologie. Göttingen: Hogrefe.
- Knoll, L. et al. (2017). Einführung Gesundheitspsychologie. München: UTB.
- Kohlmann, C.-W., Salewski, C. & Wirtz, M. A. (2018). Psychologie in der Gesundheitsförderung. Göttingen: Hogrefe.
- Schandry, R. (2016). Biologische Psychologie. Weinheim: Beltz.
- Schubert, C. (2015). Psychoneuroimmunologie und Psychotherapie. Stuttgart: Schattauer.
- Uhle, T. & Treier, M. (2019). Betriebliches Gesundheitsmanagement. Heidelberg: Springer.

Prüfungsleistung

Antwort-Wahl-Verfahren

Hausarbeit

Referat

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Unregelmäßig

Lehrsprache

Deutsch



Blockveranstaltungen

Block Seminars

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B9024 (Version 14.0) vom 05.08.2020

Modulkennung

22B9024

Studiengänge

Angewandte Volkswirtschaftslehre (B.A.)
Betriebswirtschaft und Management - WiSo (B.A.)
Wirtschaftsrecht (Bachelor) (LL.B.)
Internationale Betriebswirtschaft und Management (B.A.)
Betriebswirtschaft im Gesundheitswesen (B.A.)
Öffentliches Management (B.A.)
Soziale Arbeit (B.A.)
Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)
Betriebliches Informationsmanagement (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Blockveranstaltungen sind eine Ergänzung der regelmäßig stattfindenden Lehrveranstaltungen. Sie haben jeweils eine Dauer von einer Woche und werden einmal im Semester durchgeführt. In der Blockveranstaltungswoche werden die regelmäßigen Lehrveranstaltungen ausgesetzt. In den Blockwochen sollen nationale und internationale Themen/Aufgabenstellungen behandelt werden, für die längere zusammenhängende Bearbeitungszeiten sinnvoll bzw. erforderlich sind und die deshalb nicht Gegenstand der normalen Lehrveranstaltungen sein können.

Lehrinhalte

In jedem Semester gibt es ein breites einwöchiges Angebot an nationalen und internationalen Veranstaltungen. Diese Veranstaltungen sind ausgestaltet als Seminare, Projekte, Fallstudien, Planspiele und/oder Exkursionen. Die Angebote können sowohl allgemeiner Art, aber auch fachrichtungs- oder studiengangspezifisch sein. Die Themen/Aufgabenstellungen haben einen besonderen Praxis- bzw. Anwendungsbezug. Die Studierenden bearbeiten in kleinen Gruppen/Teams interdisziplinäre Themen und Aufgabenstellungen, deren Ergebnisse sie aufbereiten und präsentieren.

Blockveranstaltungen werden nicht nur in deutscher Sprache sondern auch in anderen Sprachen angeboten. Zudem werden regelmäßig Gastdozentinnen und Gastdozenten von Partnerhochschulen eingebunden.

Die Studierenden müssen im Rahmen ihres Studiums in der Regel an mindestens zwei Blockveranstaltungen teilnehmen. Die Blockveranstaltungen werden in nationale und internationale Blockveranstaltungen unterteilt. Die Regelungen für den jeweiligen Studiengang ergeben sich aus der Studienordnung des Studiengangs.

Es besteht grundsätzlich die Möglichkeit die erfolgreiche Teilnahme an einer internationalen Summer University im Ausland auf das Modul Blockveranstaltungen anzuerkennen.

Lernergebnisse / Kompetenzziele



Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben einen Einblick in praxisnahe nationale oder auch internationale Themen/Aufgabenstellungen erhalten. Sie haben ihr Wissen über die Bedingungen praktischer Unternehmensführung erweitert und vertieft. Sie können die Möglichkeit der Übertragung theoretischer Erkenntnisse auf praktische Gegebenheiten besser einschätzen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden erwerben durch die interdisziplinäre und - je nach Inhalt auch interkulturelle - Zusammensetzung der Gruppe und der sich daraus ergebenden Diskussionen einen detaillierten Einblick in die funktionsübergreifende Projektarbeit. Je nach Schwerpunktsetzung vertiefen sie darüber hinaus auch ihr Wissen im Bereich der Gestaltung internationaler Beziehungen.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie haben ihre Fähigkeit, praxisbezogene Situationen zu analysieren und zu bearbeiten, geschult. Darüber hinaus sind sie mit den Herausforderungen bei Gruppen- und Projektarbeiten vertraut.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden analysieren und bewerten fachbezogene und überfachliche Konzepte, Informationen und Themen kritisch. Sie diskutieren innerhalb der gebildeten Gruppen und setzen Präsentationstechniken zur Visualisierung der Projektergebnisse ein.

Lehr-/Lernmethoden

Exkursion, Planspiel, Fallstudie, Projekt, Seminar mit nationaler oder internationaler Ausrichtung

Empfohlene Vorkenntnisse

In Abhängigkeit von der jeweiligen Blockveranstaltung

Modulpromotor

Thönnessen, Joachim

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

30 Blockveranstaltung 1 - Seminar, betreute Kleingruppen, Abschlusspräsentation usw.

30 Blockveranstaltung 2 - Seminar, betreute Kleingruppen, Abschlusspräsentation usw.

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

45 Blockveranstaltung 1 - Vor- und Nachbereitung

45 Blockveranstaltung 2 - Vor- und Nachbereitung

Literatur

In Abhängigkeit von der jeweiligen Blockveranstaltung

Unbenotete Prüfungsleistung

Regelmäßige Teilnahme



Bemerkung zur Prüfungsform

Je nach Blockveranstaltung werden praktische Prüfungsleistungen in Form von Praxisberichten, Projektberichten, Rechnerprogrammen erbracht, auch in Form von Gruppenarbeiten. Es kann nicht nur das Ergebnis der Prüfungsleistung bewertet werden, sondern auch die individuelle Mitarbeit in der Gruppe.

Prüfungsanforderungen

Die Übertragung theoretischer Erkenntnisse auf praktische Gegebenheiten steht im Vordergrund.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch und Englisch



Current Topics in Consumer Psychology and Marketing

Current Topics in Consumer Psychology and Marketing

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul (Version 3.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1524

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Lehrinhalte

Students will complete in-depth modules related to current topics in Consumer Psychology and Marketing: e.g. customer satisfaction, service quality, customer lifetime value, customer segmentation, managing customer complaints, customer satisfaction and quality management.

Modules are chosen in accordance with the range of courses offered by the cooperating university, and are specified in a Learning Agreement prior to the study abroad period.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

According to the partner university in question

Lehr-/Lernmethoden

As used by the respective partner university

Empfohlene Vorkenntnisse

As required by the respective partner university

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Je nach Modul

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept



Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

90 Sonstiges

Literatur

According to the partner university in question

Prüfungsleistung

Je nach Modul

Prüfungsanforderungen

According to the partner university in question

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Andere



Current Topics in Health Psychology

Current Topics in Health Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1528 (Version 4.0) vom 14.01.2021.

Modulkennung

22B1528

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Lehrinhalte

Students will complete in-depth modules related to current topics in Health Psychology: e.g. Occupational Health Management, Work Design and Health/Safety, Work-Life-Balance Interventions, Leadership and Health at Work, Conflict Management at Work, Health Behavior Change, Controlling of Health Interventions.

Modules are chosen in accordance with the range of courses offered by the cooperating university, and are specified in a Learning Agreement prior to the study abroad period.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

According to the partner university in question

Lehr-/Lernmethoden

As used by the respective partner university

Empfohlene Vorkenntnisse

As required by the respective partner university

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Je nach Modul

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept



Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

90 Sonstiges

Literatur

According to the partner university in question

Prüfungsleistung

Je nach Modul

Prüfungsanforderungen

According to the partner university in question

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Andere



Current Topics in Human Resource Management

Current Topics in Human Resource Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul (Version 4.0) vom 14.01.2021.

Modulkennung

22B1521

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Lehrinhalte

Students will complete in-depth modules related to current topics in Human Resource Management: e.g. Needs Analysis, Performance Management, Training Design, Competency Management, Designing Learning Environments, Coaching, Mentoring, Onboarding, Training Evaluation.

Modules are chosen in accordance with the range of courses offered by the cooperating university, and are specified in a Learning Agreement prior to the study abroad period.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

According to the partner university in question

Lehr-/Lernmethoden

As used by the respective partner university

Empfohlene Vorkenntnisse

As required by the respective partner university

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Je nach Modul

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept



Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

90 Sonstiges

Literatur

According to the partner university in question

Prüfungsleistung

Je nach Modul

Prüfungsanforderungen

According to the partner university in question

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Andere



Diagnostik und Personalauswahl

Diagnostics and Personnel Selection

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0552 (Version 10.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B0552

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Die Personalauswahl zählt zu den zentralen Aufgaben der Wirtschaftspsychologie in der Personalarbeit. Seit Jahrzehnten gibt es systematische Forschung, auf deren Basis sich nachweislich aussagekräftige Personalauswahlverfahren entwickeln lassen. Das Modul bereitet die Studierenden auf derartige Aufgaben vor. Die Studierenden lernen grundlegende methodische Prinzipien kennen und diagnostische Kenngrößen zu interpretieren. Sie werden in die Lage versetzt, bestehende Verfahren kritisch zu reflektieren und zu optimieren bzw. neue Verfahren auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse zu konzipieren.

Lehrinhalte

Grundlagen

- systematische Fehler der Personenbeurteilung (z. B. Halo-Effekt, Erwartungseffekt, Ähnlichkeits-Attraktivitäts-Effekt, Confirmation Bias)
- Gütekriterien (Objektivität, Reliabilität, Validität, Normierung)
- Messfehler, Konfidenzintervall, kritische Differenz
- single vs. multiple cut off
- monetäre Nutzenanalysen zur Feststellung des wirtschaftlichen Nutzen von Auswahlprozeduren
- Soziale Validität
- Selbstdarstellung im Auswahlprozess
- Prozess der Personalauswahl
- Evaluation

Methoden

- Anforderungsanalytische Methoden, Critical Incident Technique, Entwicklung von Anforderungsprofilen
- Personalmarketing (Ziel des Personalmarketings, Abgrenzung zum Employer Branding, Taylor-Russel-Tafeln, Methoden der Bewerberansprache)
- Analyse von Bewerbungsunterlagen (z. B. formale Gestaltung, Bedeutung von Schulnoten, Berufserfahrung, Freizeitaktivitäten; Entwicklung von Bewertungssystemen)
- E-Recruitment
- Testverfahren (Leistungstests und Persönlichkeitsfragebögen, SJT, Biographische Fragebögen, Adaptives Testen)
- strukturierte Einstellungsinterviews (Interviewleitfaden, Ablauf, Fragetypen, verhaltensverankerte Beurteilungsskalen, Auswertungsregeln)
- Assessment Center (Konstruktvalidität, MTMM-Matrix, Übungstypen, Ablauf)
- suboptimale und unseriöse Methoden der Personalauswahl (Unstrukturierte Verfahren, typologische Testverfahren, Graphologie, Blickrichtungsdiagnostik, Schädeldeutung Sprachanalyse, Analyse vor Daten aus sozialen Netzwerken etc.)
- Chancen und Risiken des Einsatzes künstlicher Intelligenz in der Personalauswahl

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung



Die Studierenden verfügen über ein breit angelegtes Wissen zur Entwicklung, Durchführung und Evaluation von Personalauswahlverfahren.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden beginnen die Verfahren der Personalauswahl methodisch reflektiert zu entwickeln und bestehende Verfahren systematisch zu reflektieren.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden analysieren und bewerten diverse Methoden sowie der Praxis der Personalauswahl hinsichtlich ihres realen Nutzens.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden wählen wissenschaftliche fundierte Methoden der Personalauswahl aus und wenden diese an.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, tutorengestützte Kleingruppenarbeit, Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

Personal- und Organisationspsychologie, Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie

Modulpromotor

Kanning, Uwe

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Kanning, Uwe

Lehrende der Fachgruppe Psychologie

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
------	---------

60	Vorlesung und Übungen
----	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

15	Literaturstudium
----	------------------

15	tutorengestützte Kleingruppenarbeit
----	-------------------------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Kanning, U. P. (2010). Von Schädeldeutern und anderen Scharlatanen: Unseriöse Methoden der Psychodiagnostik. Lengerich: Pabst.

Kanning, U. P. (2015). Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Berlin: Springer.

Kanning, U. P. (2017). Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Berlin: Springer.

Kanning, U. P. (2018). Standards der Personaldiagnostik. Göttingen: Hogrefe.



Kanning, U. P. (2018). Diagnostik für Führungspositionen. Göttingen: Hogrefe.
Schuler, H. (2018). Das Einstellungsinterview. Göttingen. Hogrefe.
Schuler, H. (2014). Psychologische Personalauswahl. Göttingen: Hogrefe.
Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.). (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig
Antwort-Wahl-Verfahren

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin / des Prüfers

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen nach, dass sie die Verfahren der Personaldiagnostik kennen, bewerten und anwenden können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Diversity Management und Digitalisierung

Diversity Management and Digitalisation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1530 (Version 6.0) vom 07.01.2021.

Modulkennung

22B1530

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Diversity ist zu einem hoch aktuellen Thema in Deutschland und Europa geworden. Dies liegt unter anderem an den Migrationsprozessen, der fortschreitenden Internationalisierung, der Globalisierung, den gesellschaftlichen Veränderungen sowie der Digitalisierung, die andere Megatrends noch katalysiert. Globalisierungsprozesse, sowie die europäische Integration steigern den Handlungsbedarf von Gesellschaften und Organisationen, ihre Strukturen und Prozesse den demografischen Veränderungen anzupassen. In dieser Veranstaltung lernen die Studierenden, welche Potenziale Vielfalt für Organisationen darstellt. Dafür werden Theorien und Konzepte zu Diversity untersucht sowie Diversity Kompetenz und ihre Bedeutung veranschaulicht. Es werden einzelne Aspekte von Vielfalt vorgestellt, um die Komplexität des Konstruktes zu definieren und assoziierte Problemfelder und Chancen vor dem Hintergrund der Digitalisierung herauszustellen. Studierende setzen sich mit Diversity Kompetenz als zentraler Fähigkeit auseinander. Es werden Möglichkeiten vorgestellt Diversity Kompetenz gezielt zu fördern. Ziel der Veranstaltung ist es, sowohl für das Thema Diversity und Digitalisierung zu sensibilisieren, als auch Faktenwissen und Handlungsmöglichkeiten zu vermitteln.

Lehrinhalte

1. Führung und Organisation im Wandel
2. Frauen in Führungspositionen und Gender Pay Gap
3. Kulturelle Vielfalt am Arbeitsplatz: Herausforderung Migration (aus der Perspektive sowohl der Migrierenden als auch der Mainstream)
4. Migration und Arbeitswelt
5. Work Life Balance
6. Digitale Kommunikation (im Job) mit Schwerpunkt Ständige Erreichbarkeit
7. Arbeitszeitgestaltung
8. Kommunikation im Wandel
9. Gesundheitliche Folgen von veränderten Arbeitsbedingungen und Anforderungen
10. Religion und Diversity
11. Wandel der Familienstrukturen (von der klassischen zur modernen Rollenverteilung, Auswirkung auf Arbeitsalltag)
12. Einfluss von digitalen Medien und sozialen Netzwerken auf den Alltag
13. Arbeit 4.0 und Psychologie: Digitalisierung und Künstliche Intelligenz (Veränderungen und Rolle der Psychologie)
14. Sexuelle Orientierung und Diversity
15. Alter und Diversity

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben eine umfassende und vertiefte wirtschaftspsychologische Kompetenz im Umgang mit verschiedenen Dimensionen von Diversity in Organisationen und auf dem Markt erlangt und können ihr Wissen zur Lösungsfindung einbringen.



Wissensvertiefung

Die Studierenden erwerben fallbezogene Erkenntnisse über Diversity Management und Digitalisierung und seine Gestaltung anhand derer sie das gelernte Wissen vertiefen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden verfügen über Analyseinstrumente und Interventionsoptionen zum Umgang Vielfalt. Sie haben Instrumente zur Generierung von Lösungsansätzen/neuen Ideen kennengelernt und können diese im Kontext der Digitalisierung anwenden.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ihre Analysen und Interventionen nachvollziehbar machen und Akzeptanz dafür einwerben, indem sie Stakeholder beteiligen. Sie können darüber hinaus etwaige Problembereiche und Stärken kommunizieren und Bewusstsein schaffen.

Können - systemische Kompetenz

Für die zukünftig sehr herausfordernden Bereiche der Bewältigung des demographischen Wandels in Unternehmen und auf dem Markt und kultureller Veränderungen in und zwischen Organisationen und auf dem Markt erwerben die Studierenden umfassendes fachliches Rüstzeug. Ihr systemisches Wissen hilft ihnen, das komplexe Wirkungsgefüge von Diversity und individuellen, organisationalen und marktbezogenen Strategien des Umgangs damit zu antizipieren und zu beeinflussen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung mit Fallstudienarbeit und eigenständige Erarbeitung von Texten, Lehrveranstaltung mit Plenar- und Kleingruppenarbeit

Empfohlene Vorkenntnisse

"Sozialpsychologie", "Interkulturelle Wirtschaftspsychologie", „Organisationspsychologie“

Modulpromotor

Genkova Petkova, Petia

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

	45 Vorlesungen
--	----------------

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
Workload	

	30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung
--	-------------------------------------

	30 Kleingruppen
--	-----------------

	30 Literaturstudium
--	---------------------

	15 Fallstudie
--	---------------

Literatur



- Bolten, J. (2001). Interkulturelles Coaching, Mediation, Training und Consulting als Aufgaben des Personalmanagements internationaler Unternehmen. In: Clermont, A. (Hg.), Strategisches Personalmanagement in globalen Unternehmen (S. 909-926): München: Vahlen.
- Fereidooni, K., & Zeoli, A. P. (2018). Managing Diversity. Cham: SpringerLink.
- Frieß, W., Mucha, A., & Rastetter, D. (2019). Diversity Management und seine Kontexte: Celebrate Diversity? Leverkusen: Budrich.
- Genkova, P. (2019). Springer-Lehrbuch. Interkulturelle Wirtschaftspsychologie. Berlin Heidelberg: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-58447-7>
- Genkova, P. & Riecken, A. (2020). Handbuch Migration und Erfolg Psychologische und Sozialwissenschaftliche Aspekte. Berlin Heidelberg: Springer.
- Genkova, P. & Ringeisen, T. (2017). Handbuch Diversity Kompetenz. Band 2. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-08594-0>
- Genkova, P. & Ringeisen, T. (2017). Handbuch Diversity Kompetenz. Band 1. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Genkova, P., Ringeisen, T., & Leong, F. T. L. (2020). Handbuch Stress und Kultur. Berlin Heidelberg: Springer.
- Krell, G. (2008). Chancengleichheit durch Personalpolitik. Gleichstellung von Frauen und Männern in Unternehmen und Verwaltungen. Rechtliche Regelungen – Problemanalysen – Lösungen. Cham: SpringerLink.
- Uslucan, H., & Brinkmann, H. (2018). Dabeisein und Dazugehören – Integration in Deutschland. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Thomas, A. (2003). Kulturvergleichende Psychologie. Göttingen: Hogrefe.

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Antwort-Wahl-Verfahren

Referat

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen nach, dass sie bei organisationalen und marktbezogenen Veränderungsnotwendigkeiten mit Bezug auf Diversity und Digitalisierung ihr psychologisches Wissen von Menschen zur Generierung von innovativen und auf die Organisation bzw. den Markt passenden Lösungen einbringen können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Economics and Economic Ethics

Economics and Economic Ethics

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1513 (Version 15.0) vom 14.01.2021.

Modulkennung

22B1513

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

This course equips students with the competencies to reflect on the central question of what it means for a business to pursue success in a way that can be ethically justified. Students will learn about basic economic and ethical theories that enable them to critically assess the role and responsibilities of profit-oriented businesses within a modern market economy.

Lehrinhalte

- Homo oeconomicus, competition and the invisible hand theorem
- Welfare and market failure in neoclassical economics
- GDP and the business cycle
- economic growth and distribution
- climate change and sustainable development
- justice and efficiency
- business ethical points of view
- business ethics applied

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Students are familiar with the ethical point of view and with the dominant interpretation of the workings of a market economy.

Wissensvertiefung

Students are aware of the inherently controversial nature of ethical judgments and understand the most important lines of ethical reasoning. They understand the welfare-conducive nature of competitive markets without overlooking their ethical shortcomings. They have a differentiated understanding of the value of the homo oeconomicus axiom in the light of its mixed empirical merits.

Können - instrumentale Kompetenz

Students can employ their differentiated knowledge of ethical and economic theories in order to systematically analyze conflicts of competing demands that businesses are typically faced with. They are able to provide reasoned strategies to deal with such dilemmas in a responsible way.

Können - kommunikative Kompetenz

Students can provide differentiated explanations of what is at stake in specific cases of competing ethical demands on businesses. They are able to justify or adjust their point of view against objections.

Können - systemische Kompetenz

Students are able to analyze and assess business and societal challenges with respect to criteria of business success and of ethical legitimacy simultaneously.



Lehr-/Lernmethoden

Literature study, group discussions, lectures, exercises

Empfohlene Vorkenntnisse

none

Modulpromotor

Hirata, Johannes

Lehrende

Hirata, Johannes

Mayer, Peter

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
---------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

30	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
---------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

60	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

Ariely, Dan (2008): Predictably irrational. The hidden forces that shape our decisions. New York: HarperCollins.

Bowles, Samuel (2016): The Moral Economy. Why good incentives are no substitute for good citizens. New Haven: Yale University Press.

Chang, Ha-Joon (2015): Economics. The User's Guide. New York: Bloomsbury Press.

Garriga, Elisabet; Melé, Domènec (2004): Corporate Social Responsibility Theories. Mapping the Territory. In: Journal of Business Ethics 53 (1/2), S. 51–71.

Krugman, Paul R.; Wells, Robin (2018): Economics. Fifth edition. New York: Worth Publishers Macmillan Learning.

Sen, Amartya K. (1999): Development as Freedom. Oxford: Oxford University Press.

Smith, N. Craig; Rönnegard, David (2016): Shareholder Primacy, Corporate Social Responsibility, and the Role of Business Schools. In: J Bus Ethics 134, S. 463–478.

The Core Team (2017): The Economy. Economics for a Changing World. Oxford: Oxford University Press.

Ulrich, Peter (2008): Integrative Economic Ethics: foundations of a civilized market economy. Cambridge: Cambridge University Press.

Ulrich, Peter; Maak, Thomas (2000): Business Ethics: The Founding Principles. In: European Business Forum 1 (3), S. 19–23.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung



Bemerkung zur Prüfungsform

Portfolio examination with a total of 100 points, consisting of two written exams of one hour each with 50 points each.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Einführung in die Wirtschaftspsychologie

Introduction to Business Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1169 (Version 7.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B1169

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Die Lehrveranstaltung „Einführung in die Wirtschaftspsychologie“ hat mehrere Zielsetzungen, bzw. möchte die folgenden typischen „Anfängerfragen“ beantworten:

- Warum Wirtschaftspsychologie? Was kann ich damit beruflich machen?

Ein Ziel der Lehrveranstaltung ist, die Studierenden für das weitere Studium zu motivieren. Hierzu gehört, dass zunächst die grundsätzliche gesellschaftliche Relevanz des Fachs und die Breite der beruflichen Möglichkeiten verdeutlicht wird.

- Wie ist die Psychologie grundsätzlich innerhalb der Wissenschaften einzuordnen?

Hierzu soll die Lehrveranstaltung den fachlichen Standort der Psychologie in Relation zu anderen Humanwissenschaften beschreiben. Die Psychologie ist keine Geisteswissenschaft (siehe Mathematik und Philosophie), sondern eine empirische Wissenschaft, die zwischen den gesellschafts- und naturwissenschaftlich orientierten Humanwissenschaften verortet ist, insbesondere zwischen Soziologie und Biologie/Medizin. Dies zeigt sich auch in der breiten Palette psychologischer Methoden.

- Wo liegen die historischen Wurzeln der heutigen, wissenschaftlichen Psychologie, insbesondere der Wirtschaftspsychologie?

Zum besseren Verständnis des Fachs wird ein Mindestmaß an Geschichtswissen vermittelt, beginnend mit der Gründungsphase der akademischen Psychologie im 19. Jhd. bis in die heutige Zeit.

- Was macht die Psychologie als Wissenschaft aus?

Die Psychologie wird unmissverständlich als wissenschaftliche Disziplin dargestellt, um sie klar abzugrenzen von allen esoterischen und metaphysisch-spekulativen Geistesströmungen, die ebenfalls (und im Wettbewerb zur Psychologie) von sich beanspruchen, verbindliche Aussagen über den Menschen machen zu können.

Um den methodologischen Standort der Psychologie abzugrenzen, ist es zudem hilfreich, auf verschiedene wissenschaftstheoretische Denkrichtungen einzugehen (z.B. Empirismus, kritischer Rationalismus), bestimmte Begrifflichkeiten wie „Definition“, „Theorie“, „Erklärung“, „Kausalität“, „Verifikation/Falsifikation“ zu erläutern, sowie ferner auf die verschiedenen Betrachtungsperspektiven einzugehen, die in der Psychologie vorkommen: Psychologie „von innen“ (Phänomenologie) und „von außen“ (der messende Beobachter); Psychologie „aus der Ferne“ betrachtet (molares Verhalten als Beobachtungseinheit) oder „durch's Mikroskop“ (molekulares Verhalten: Gehirnaktivität, Psychophysiologie).

- Wie heißt "wissenschaftliches Arbeiten", und wie werden wissenschaftliche Arbeitsergebnisse kommuniziert?

Praktisch-wissenschaftliches Arbeiten will gelernt sein und muss eingeübt werden, genauso wie man lernen muss, Forschungsergebnisse, Interventionsmaßnahmen und andere betriebliche Entscheidungen anderen Menschen überzeugend zu kommunizieren.

Lehrinhalte



1 Berufsperspektiven

1.1 Psychologische, insbesondere wirtschaftspsychologische Berufsfelder im Überblick.

1.2 Wirtschaftspsychologische Teildisziplinen: Arbeitspsychologie, Organisationspsychologie, Personalpsychologie, Gesundheitspsychologie, Interkulturelle Psychologie, Medienpsychologie, Marktpsychologie sowie deren berufspraktische Aufgaben.

2 Fachliche Einordnung der Psychologie

2.1 Einordnung als empirische Wissenschaft (im Unterschied zu den Geisteswissenschaften)

2.1 Einordnung zwischen Natur- und Gesellschaftswissenschaft

2.2 Geschichte der Psychologie (seit dem 19. Jhd.) und Ursprünge der Wirtschaftspsychologie

3 Psychologie als Wissenschaft

3.1 Verschiedene Bedeutungen von „Erklärung“ (Erklärung als Aufdeckung von Ursachen ist nur eine davon); der Unterschied zwischen Verstehen und Erklären; die Trias Beschreibung-Erklärung-Vorhersage

3.2 Theorien als Systeme definitorischer und erklärender Aussagen: Wie man Begriffe definiert (Begriffsintension und -extension) und wie man es NICHT machen sollte (Wortmarken statt Definitionen sowie tautologische Definitionen); Widerspruchsfreiheit als erste Grundvoraussetzung einer Theorie; der Unterschied zwischen Antezedenz und Gesetz; Notwendigkeit der empirischen Prüfbarkeit als zweite Grundvoraussetzung einer Theorie

3.3 Möglichkeiten der Prüfung wissenschaftlicher Hypothesen: Verifikation und Falsifikation; das Problem der unmöglichen Verifikation (Induktionsproblem, D. Hume); Lösungen: 1. Zunehmende Evidenz durch Replikation, 2. Falsifikation als Alternative (siehe kritischer Rationalismus, Popper)

3.4 Wissenschaftliche Gütekriterien (Objektivität, Reliabilität, Validität)

3.5 Der praktische Aspekt: Interventionen/Gestaltungsmaßnahmen und die Notwendigkeit ihrer Evaluation.

3.6 Der ethische Aspekt in Forschung und Praxis.

4 Wissenschaftliches Arbeiten

4.1 Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens: Literaturstudium, Bibliothek, Literaturdatenbanken, Zitationsweisen, Aufbau wissenschaftlich-empirischer Arbeiten, Regeln zur Gestaltung von Hausarbeiten, Präsentationstechniken.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die derzeitigen wirtschaftspsychologischen Berufsfelder. Sie wissen um die fachliche Einordnung der Psychologie in die Humanwissenschaften, kennen den geschichtlichen Hintergrund des Fachs und verfügen über einige wichtige wissenschaftstheoretische Grundbegriffe, die für das Fach von zentraler Bedeutung sind.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Techniken des praktisch-wissenschaftlichen Arbeitens und können wissenschaftliche Texte verstehen.

Lehr-/Lernmethoden

Interaktive Lehrveranstaltung mit Gruppenarbeiten

Modulpromotor

Zöllner, Henrik

Lehrende

Zöllner, Henrik

Kanning, Uwe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept



Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

15 Vorlesungen

15 Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

40 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

40 Literaturstudium

40 Kleingruppen

Literatur

Geschichte der Psychologie:

Boring, E.G. (1929). A History of Experimental Psychology. New York: Appleton Century Crofts

Lück, H.E., Guski-Leinwand, S. (2014). Geschichte der Psychologie. 7. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer

Wissenschaftstheorie:

Bischof, N. (2009). Psychologie – Ein Grundkurs für Anspruchsvolle. Stuttgart: Kohlhammer

Döring, N., Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation. 5. Aufl. Heidelberg: Springer

Westermann, R. (2000). Wissenschaftstheorie und Experimentalmethodik. Göttingen: Hogrefe

Wissenschaftliches Arbeiten:

American Psychological Association (Ed.) (2020). Publication manual (7th ed.). APA.

Franck, N., Stary, J. (2013). Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. 17. Aufl. Paderborn: UTB
Schöningh

Kruse, O. (2007). Keine Angst vorm leeren Blatt. 12. Aufl. Frankfurt: Campus

Sedlmeier, P., Renkewitz, F. (2018). Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und
Sozialwissenschaftler. 3. Aufl. Pearson.

Stickel-Wolf, C., Wolf, J. (2019). Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken. 9. Aufl. Wiesbaden:
Springer Gabler

Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik - Form. 17. Aufl. München:
Vahlen

Prüfungsleistung

Referat

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Elective Abroad

Electives Abroad

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1531 (Version 6.0) vom 14.01.2021.

Modulkennung

22B1531

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Lehrinhalte

Students can study modules (20 ECTS) at a partner university from the second stage of the curriculum related to the following areas: Psychology, Management, Business Administration, Financial Management and/or Statistics/Quantitative Methods. Modules need to differ from mandatory modules of the curriculum at Hochschule Osnabrück.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

According to the partner university in question

Lehr-/Lernmethoden

As used by the respective partner university

Empfohlene Vorkenntnisse

As required by the respective partner university

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Leistungspunkte

20

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

300 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

300 Sonstiges

Literatur



According to the partner university in question

Prüfungsanforderungen

According to the partner university in question

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Andere



Empirisch-methodisches Projektseminar

Project Seminar Empirical Methods

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1542 (Version 11.0) vom 01.09.2022.

Modulkennung

22B1542

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Die Lehrveranstaltung "Empirisch-methodisches Projektseminar" erweitert die Kompetenz der Studierenden in Bezug auf die souveräne Nutzung von Methoden der empirischen Sozialforschung, insbesondere der statistischen Methoden.

Im Zentrum des Moduls steht die Bearbeitung einer ausgewählten empirischen Fragestellung (Planung, Durchführung, Auswertung, Bericht) in der Art eines einsemestrigen Forschungsprojekts. Das Modul dient u.a. als vorbereitende Übung zur späteren Abfassung der Bachelorarbeit. Die Studierenden arbeiten hier allerdings noch in Kleingruppen und werden in allen Phasen des Projekts beratend betreut. Sie sollen möglichst eigenständig eine konkrete empirische Fragestellung ausarbeiten, ein dazu passendes Erhebungsinstrument entwickeln, die Datenerhebung durchführen, auswerten und einen Projektbericht verfassen.

Lehrinhalte

- Hinführung zur selbständigen Anwendung von methodischem Wissen, insbesondere der quantitativ-statistischen Methoden (mit begleitender Beratung)
- Förderung der Teamarbeit innerhalb eines Forschungsprojekts
- Erstellung von Projektplänen (Meilensteine, Zeitschiene)

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über die notwendigen methodischen Kenntnisse zur Durchführung eines empirisch-wissenschaftlichen Forschungsprojekts.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ein wissenschaftliches Projekt zu planen und in all seinen Phasen weitgehend selbständig abzuwickeln, von der Formulierung einer konkreten Fragestellung über die Methodenauswahl, die Datenerhebung, die Auswertung bis zur Berichterstellung.

Sie sind zudem in der Lage, hierfür einen strukturierten und realisierbaren Projektplan zu entwickeln und die dort gemachten Zielvorgaben (Meilensteine) und Zeitraster einzuhalten.

Lehr-/Lernmethoden

Projektseminar mit Gruppenarbeiten.

Empfohlene Vorkenntnisse

Erfolgreiche Teilnahme an den Lehrveranstaltungen Quantitative Methoden I & II.
Kenntnisse über wissenschaftliche Gütekriterien und Untersuchungsdesign



Modulpromotor

Zöller, Henrik

Lehrende

Zöller, Henrik
Genkova Petkova, Petia
Kanning, Uwe
Kühn, Stephan

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

15 Seminare

15 Übungen

30 betreute Kleingruppen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

15 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Kleingruppen

15 Referate

30 Hausarbeiten

Literatur

Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2018). Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 15. Aufl., Berlin: Springer
Backhaus, K., Erichson, B., Weiber, R. (2015). Fortgeschrittene multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 3. Aufl., Berlin: Springer
Bortz, J. Lienert, G. A., Boehnke, K. (2008). Verteilungsfreie Methoden in der Biostatistik. 3. Aufl. Heidelberg: Springer
Bortz, J., Schuster, C. (2010). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. 7. Aufl. Heidelberg: Springer
Bröder, A. (2011). Versuchsplanung und experimentelles Praktikum. Göttingen: Hogrefe
Döring, N., Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation. 5. Aufl. Heidelberg: Springer
Huber, O. (2019). Das psychologische Experiment. 7. Aufl. Bern: Hogrefe

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung
Projektbericht, schriftlich

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Projektbericht schriftlich (PSC) und einen Projektbericht mündlich (PMU). Der Projektbericht schriftlich wird mit 80 Punkten und der Projektbericht mündlich wird mit 20 Punkten gewichtet.

Prüfungsanforderungen



Die Studierenden weisen nach, dass sie unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Gütekriterien eine empirische Untersuchung konzipieren und durchführen sowie statistisch auswerten und die Ergebnisse sachgerecht interpretieren und verschriftlichen können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Englisch 4 (Fachsprache Wirtschaftspsychologie)/CEF B2/C1

English 4 (Language for Specific Purposes - Business Psychology)/CEF B2/C1

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0560 (Version 13.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B0560

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Das Niveau vertieft die fachsprachliche Ausbildung und bereitet umfassend auf ein Auslandsstudium und/oder Auslandspraktikum vor.

Lehrinhalte

Lektüre, Analyse und Diskussion ausgewählter Artikel aus Fachbüchern und der englischsprachigen Wirtschaftspresse;

Lektüre, Analyse und Diskussion authentischer Fachtexte der Wirtschaftspsychologie und zum gesellschafts- und wirtschaftspolitischen Geschehen des englischsprachigen Sprachraums;

Themenvertiefung in Präsentationen, Diskussionen und Projektarbeit;

vertiefte Übungen zu Textaufbau und Präsentation komplexer Zusammenhänge;

Festigung von Grammatik, Syntax und Gesprächsaufbau;

Fallstudien zu interkulturellen Unterschieden

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Können - kommunikative Kompetenz

Lerner können die Aufgaben erfüllen, die in Studium und Praktikum im englischsprachigen Ausland an sie gestellt werden. Sie können spezifische Themen der Volks- und Betriebswirtschaft selbständig recherchieren, analysieren und darstellen und mit grundlegenden Abläufen im Unternehmen sprachlich kompetent umgehen. Sie verfügen über Kenntnisse der Wirtschafts- und Gesellschaftsstruktur sowie der kulturellen Eigenheiten ausgewählter englischsprachiger Länder.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung mit seminaristischem Charakter, Gruppen-, Partner- und Einzelarbeit, Diskussionen, Präsentationen, Projektarbeit, Selbststudium

Empfohlene Vorkenntnisse

bestandenes Modul Englisch 3 (Fachsprache) oder gleichwertige Vorkenntnisse

Modulpromotor

Asiayee, Hamid

Lehrende

Hogg, Carol

Juraszek, Iwona

Asiayee, Hamid



Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

90 Selbststudium, Kleingruppenarbeit, Veranstaltungsvor-/nachbereitung;
Prüfungsvorbereitung

Literatur

Diverse vertiefende Artikel aus Fachbüchern und Fachpresse zu wirtschaftspsychologischen Themen;

Diverse vertiefende Artikel aus der englischsprachigen Wirtschaftspresse;

Diverses audiovisuelles Material

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus zwei Klausuren (jeweils 20 Minuten), einer Klausur (15 Minuten), einer Präsentation und einer Mündlichen Prüfung zusammen. Die jeweilige Klausur (jeweils 20 Minuten) wird mit 20 Punkten (20 Prozent) gewichtet. Die Klausur (15 Minuten) wird mit 10 Punkten (10 Prozent) gewichtet. Die Präsentation und die Mündliche Prüfung werden bei der Berechnung der Endnote mit jeweils 25 Punkten (25 Prozent) gewichtet (Elemente: K20 + K20 + K15 + PR + M; Punkte: 20 + 20 + 10 + 25 + 25).

Prüfungsanforderungen

Nachweis der Mobilitätsfähigkeit für einen Auslandsaufenthalt und Studierfähigkeit in der Fremdsprache durch:

- Verstehen und Produzieren von Fachtexten (mündlich und schriftlich)
- Beherrschung der landeskundlichen und wirtschaftswissenschaftlichen Fachterminologie
- Fachspezifische Kommunikationssicherheit

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Englisch



Entwicklungspsychologie

Developmental Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1170 (Version 10.0) vom 07.01.2021

Modulkennung

22B1170

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Entwicklungspsychologie ist das Gebiet der Psychologie, das sich mit körperlichen und geistigen Veränderungen befasst, die sich von der Empfängnis über die gesamte Lebensspanne hinweg ereignen (Zimbardo/Gerring 2006, S. 438). Dieses Modul befasst sich mit den grundlegenden Theorien der Entwicklungspsychologie, sowie mit der Anwendung im komplexen Kontext von Marketing und Diagnostik vor dem Hintergrund der Digitalisierung.

Lehrinhalte

1. Geschichtliche Hintergründe, Theorien und Forschungsstrategien
2. Biologische und Umweltbedingte Grundlagen
3. Baltes und die Entwicklungspsychologie der Lebensspanne
4. Pränatale Entwicklung, Geburt und das Neugeborene
5. Frühe Entwicklung: Physiologische, Kognitive, Emotionale und Soziale Entwicklung
6. Die Bindungstheorie und ihre Implikationen für die Arbeitswelt
7. Entwicklung von Emotionen und sozialer Kompetenz
8. J. Piaget: Kognitive Entwicklung
9. Kohlberg: Entwicklung der Moral
10. Identitätsentwicklung und Jugendalter (Erikson)
11. Entwicklungspsychologie des Erwachsenenalters
12. Frühes Erwachsenenalter: Physiologische, Kognitive, Emotionale und Soziale Entwicklung
13. Entwicklungspsychologische Theorien und Forschung zur Familie
14. Entwicklungspsychologische Theorien und Forschung zur Berufswahl
15. Mittleres Erwachsenenalter: Physiologische, Kognitive, Emotionale und Soziale Entwicklung
16. Hohes Erwachsenenalter: Physiologische, Kognitive, Emotionale und Soziale Entwicklung
17. Tod, Sterben und Trauer
18. Entwicklungspsychologische Diagnostik über die Lebensspanne
19. Entwicklungspsychologie und Wirtschaftspsychologie
20. Anwendungsfelder für entwicklungspsychologische Theorie und Praxis: Arbeit, Organisation und Markt
21. Potentiale und Bedarfe Erwachsener aus arbeits- und organisationspsychologischer Sicht
22. Nutzen entwicklungspsychologischer Kenntnisse in Marketing und Werbung
23. Medienwirkung und Mediennutzung über die Lebensspanne, Entwicklungspsychologie in der Digitalisierung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Entwicklungspsychologie ist das Gebiet der Psychologie, das sich mit körperlichen und geistigen Veränderungen befasst, die sich von der Empfängnis über die gesamte Lebensspanne hinweg ereignen (Zimbardo/Gerring 2006, S. 438).

Wissensvertiefung



Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen über die Phasen der menschlichen Entwicklung über die Lebensspanne. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf den Anwendungsfeldern des Marketing und der Diagnostik vor dem Hintergrund der Digitalisierung.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die jeweiligen Entwicklungsphasen des Menschen zu erkennen und entsprechend der Lebensphase die Zielgruppe hinsichtlich Werbung, Marketing und Diagnostik zu beurteilen und anzusprechen.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie können ihre Analysen und Interventionen nachvollziehbar machen. Für die sehr herausfordernden Bereiche der Personalentwicklung und der Mark- und Konsumforschung erwerben die Studierenden umfassendes fachliches Rüstzeug. Ihr systemisches Wissen hilft ihnen, das komplexe Wirkungsgefüge von sozialen Veränderungen und individuellen, organisationalen und marktbezogenen Strategien des Umgangs damit zu antizipieren und zu beeinflussen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage ihr Wissen zu Phasen der menschlichen Entwicklung in den Kontext anderer wirtschaftspsychologischer Forschungszweige zu stellen, Zusammenhänge zu erkennen und so systematisch Kompetenz im Umgang mit komplexen Fragestellungen von Diagnostik und Marketing aufzubauen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, selbstständiges Erarbeiten von Themen in Kleingruppen

Modulpromotor

Genkova Petkova, Petia

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

45 Vorlesungen und Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
Workload	

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Literaturstudium

30 Kleingruppen

15 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Nach Wahl der Dozierenden
Aktuelle Grundlagen- und Anwendungsliteratur

Prüfungsleistung



Klausur 2-stündig

Referat

Antwort-Wahl-Verfahren

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Financial Management

Financial Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0759 (Version 15.0) vom 14.09.2020.

Modulkennung

22B0759

Studiengänge

Betriebswirtschaft und Management - WiSo (B.A.)

Internationale Betriebswirtschaft und Management (B.A.)

International Management (B.A.)

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Lehrinhalte

1 Basic principles

- 1.1 Aims and tasks of the finance sector
- 1.2 Definition of investment and financing
- 1.3 Systematisation of financing
- 1.4 Systematisation of investments

2 Corporate analysis

- 2.1 Purpose and sequence of the analysis
- 2.2 Success and profitability analysis
 - 2.2.1 Success indices
 - 2.2.2 Profitability indices
- 2.3 Liquidity analysis
 - 2.3.1 Prior year indices
 - 2.3.2 Cash-flow indices
- 2.4 Indices systems
- 2.5 Case studies
- 2.6 Rating

3 Basic principles of investment accounting

- 3.1 Overview of different methods
- 3.2 The net present value method
- 3.3 Determination of calculated interest
- 3.4 Internal rate of return method
- 3.5 Comparison of different methods

4 Equity financing

- 4.1 Legal forms and equity financing
- 4.2 Equity financing in the PLC
 - 4.2.1 New share issues
 - 4.2.2 Raising of capital
- 4.3 Equity financing in the corporate cycle

5 Credit financing

- 5.1 Forms of short-term credit financing
 - 5.1.1 Securitised forms
 - 5.1.2 Non-certificate forms



- 5.2 Forms of long-term credit financing
 - 5.2.1 Securitised forms
 - 5.2.2 Non-certificate forms
- 5.3 Special forms of financing (factoring and leasing)
- 5.4 Intermediate forms of financing (hybrid instruments)
- 5.5 Creditworthiness and security
- 5.6 Digression: Current financial market crisis

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Students acquire broad knowledge about various forms of financing and the possibilities for assessment of investments. They know the common key figures of financial analyses and know about the significance of a rating.

Wissensvertiefung

Students understand and evaluate the differences between various forms of financing. They critically deal with various methods of investment accounting. They recognise that the situation of a company can be analysed by means of key figures.

Können - instrumentale Kompetenz

Students are able to analyse the success and liquidity situation of companies or authorities by means of key figures. They are able to carry out and assess the rating of a company. Students are able to apply investment accounting procedures.

Können - kommunikative Kompetenz

They present the results verbally and also highlight the significance of these.

Können - systemische Kompetenz

Students recognise, understand and analyse a company or authority's financial decision-making processes in a simplified case study.

Lehr-/Lernmethoden

Lecture
Work on tasks in small groups
Presentation of the group work
Case studies

Modulpromotor

Seppelfricke, Peter

Lehrende

Arnsfeld, Torsten
Kröger, Christian
Kleine, Dirk
Lasar, Andreas
Seppelfricke, Peter

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept



Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

18 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

8 Kleingruppen

8 Referate

18 Literaturstudium

38 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Franke, G./ Hax, H., Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, 4. Auflage

Perridon, L./Steiner, M., Finanzwirtschaft der Unternehmung, 14. Auflage

Seppelfricke, P., Handbuch Aktien- und Unternehmensbewertung: Bewertungsverfahren, Unternehmensanalyse

Zantow, R., Finanzwirtschaft der Unternehmung: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements

Schierenbeck, H., Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 15. Aufl..

Kröger, Christian: Kommunale Sonderfinanzierungsformen. 1. Auflage, Wiesbaden 2001.

Wöhe, Günter und Bilstein, Jürgen: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. München 2003.

Matschke, Manfred J. u. Hering, Thomas: Kommunale Financing. München 1998.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 120 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer abschließenden einstündigen Klausur (K1). Die jeweilige K1 wird mit 60 Punkten gewichtet.

Die Portfolio-Prüfung umfasst 120 Punkte und besteht aus einer Präsentation (PR) und einer einstündigen Klausur (K1). Die Präsentation und die Klausur werden jeweils mit 60 Punkten gewichtet.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch



Finanzmanagement

Financial Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0089 (Version 14.0) vom 06.08.2020

Modulkennung

22B0089

Studiengänge

Angewandte Volkswirtschaftslehre (B.A.)
Betriebswirtschaft und Management - WiSo (B.A.)
Betriebswirtschaft im Gesundheitswesen (B.A.)
Öffentliches Management (B.A.)
Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)
Wirtschaftsrecht (Bachelor) (LL.B.)
Internationale Betriebswirtschaft und Management (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Das Modul vermittelt den Studierenden Grundlagen des Finanzmanagements privater Unternehmen bzw. des öffentlichen Sektors (Gebietskörperschaften und öffentliche Unternehmen). Die Studierenden werden in die Lage gesetzt, die finanziellen Entscheidungsprozesse von Unternehmen zu verstehen und die relevanten Konzepte (z.B. Investitionsrechenverfahren) selbstständig anzuwenden.

Lehrinhalte

- 1 Grundlagen
 - 1.1 Ziele und Aufgaben der Finanzwirtschaft
 - 1.2 Definition von Investition und Finanzierung
 - 1.3 Systematisierung von Finanzierungen
 - 1.4 Systematisierung von Investitionen

- 2 Unternehmensanalyse
 - 2.1 Zwecke und Ablauf der Analyse
 - 2.2 Erfolgs- und Rentabilitätsanalyse
 - 2.2.1 Erfolgskennzahlen
 - 2.2.2 Rentabilitätskennzahlen
 - 2.3 Liquiditätsanalyse
 - 2.3.1 Bestandsorientierte Kennzahlen
 - 2.3.2 Stromorientierte Kennzahlen (Cashflow)
 - 2.4 Kennzahlensysteme
 - 2.5 Fallstudien
 - 2.6 Rating

- 3 Grundlagen der Investitionsrechnung
 - 3.1 Übersicht der verschiedenen Methoden
 - 3.2 Die Kapitalwertmethode
 - 3.3 Die Bestimmung des Kalkulationszinses
 - 3.4 Die Methode des Internen Zinsfußes
 - 3.5 Vergleich verschiedener Methoden



- 4 Beteiligungsfinanzierung
- 4.1 Rechtsformen und Beteiligungsfinanzierung
- 4.2 Beteiligungsfinanzierung bei der AG
- 4.2.1 Neuemission von Aktien
- 4.2.2 Kapitalerhöhungen
- 4.3 Beteiligungsfinanzierung im Unternehmenszyklus

- 5 Kreditfinanzierung
- 5.1 Formen der kurzfristigen Kreditfinanzierung
- 5.1.1 Verbriefte Formen
- 5.1.2 Unverbriefte Formen
- 5.2 Formen der langfristigen Kreditfinanzierung
- 5.2.1 Verbriefte Formen
- 5.2.2 Unverbriefte Formen
- 5.3 Sonderformen der Finanzierung (Factoring und Leasing)
- 5.4 Zwischenformen der Finanzierung (Hybride Instrumente)
- 5.5 Kreditwürdigkeit und Sicherheiten
- 5.6 Exkurs: Aktuelle Finanzmarktkrise

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden eignen sich ein breites Wissen über verschiedene Finanzierungsformen und die Möglichkeiten zur Beurteilung von Investitionen an. Sie kennen die gängigen Kennzahlen der Finanzanalyse und wissen um die Bedeutung eines Ratings.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verstehen und bewerten die Unterschiede verschiedener Finanzierungsformen. Sie setzen sich kritisch mit verschiedenen Methoden der Investitionsrechnung auseinander. Sie erkennen, dass man die Lage eines Unternehmens anhand von Kennzahlen analysieren kann.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können die Erfolgs- und Liquiditätslage von Unternehmen bzw. von Gebietskörperschaften anhand von Kennzahlen analysieren. Sie können ein Rating eines Unternehmens vornehmen bzw. beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, die Verfahren der Investitionsrechnung anzuwenden.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie präsentieren die Ergebnisse mündlich und zeigen dabei die Aussagekraft der Ergebnisse auf.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden erkennen, erfassen und analysieren in einer vereinfachten Fallstudie die finanziellen Entscheidungsprozesse eines Unternehmens bzw. von Gebietskörperschaften.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung
Bearbeitung von Aufgaben in Kleingruppen
Präsentation der Gruppenarbeit
Fallstudien

Empfohlene Vorkenntnisse

Mathematisches Grundwissen (Niveau der Mittelstufe)

Modulpromotor

Seppelfricke, Peter

Lehrende



Arnsfeld, Torsten
Kröger, Christian
Kleine, Dirk
Lasar, Andreas
Seppelfricke, Peter

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

18	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

8	Kleingruppen
---	--------------

8	Referate
---	----------

18	Literaturstudium
----	------------------

38	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Franke, G./ Hax, H., Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, 4. Auflage

Perridon, L./Steiner, M., Finanzwirtschaft der Unternehmung, 14. Auflage

Seppelfricke, P., Handbuch Aktien- und Unternehmensbewertung: Bewertungsverfahren, Unternehmensanalyse

Zantow, R., Finanzwirtschaft der Unternehmung: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements

Schierenbeck, H., Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 15. Auflage

Kröger, Christian: Kommunale Sonderfinanzierungsformen, 1. Auflage, Wiesbaden 2001

Wöhe, Günter und Bilstein, Jürgen: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München 2003

Matschke, Manfred J. u. Hering, Thomas: Kommunale Finanzierung, München 1998

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

PF1-1 umfasst insgesamt 120 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer abschließenden einstündigen Klausur (K1). Beide Klausuren werden mit 60 Punkten gewichtet.

PF1-2 umfasst insgesamt 120 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer Präsentation (PR). Die Klausur und die Präsentation werden jeweils mit 60 Punkten gewichtet.



Prüfungsanforderungen

Grundlegende Kenntnisse der Finanzanalyse, der Finanzierung und der Investitionsrechnung.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Gesundheitsmanagement in Organisationen

Health Management in Organizations

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1527 (Version 8.0) vom 07.01.2021.

Modulkennung

22B1527

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Soziale Arbeit (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

In diesem Modul lernen die Studierenden, mit welchen Ansätzen des betrieblichen Gesundheitsmanagements die Gesundheit von Mitarbeitenden und Führungskräften gefördert werden kann.

Lehrinhalte

1. Arbeitsgestaltung und Gesundheit
2. Arbeitsgestaltung und Arbeitssicherheit
3. Spezifische Handlungsfelder betrieblicher Gesundheitsförderung
 - 3.1 Führung
 - 3.2 Partizipation
 - 3.3 Konfliktbewältigung
4. Strukturen und Prozesse des betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM)
5. Spezifische Instrumente des betrieblichen Gesundheitsmanagements
 - 5.1 Gefährdungsbeurteilung
 - 5.2 Suchtprävention
 - 5.3 Work-Life-Balance
 - 5.4 Wiedereingliederung
 - 5.5 Gesundheitszirkel
 - 5.6 Präventionsverhalten
6. Evaluation von BGM Maßnahmen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen die grundlegenden Ansätze zum betrieblichen Gesundheitsmanagement.

Wissensvertiefung

Die Studierenden besitzen detailliertes Wissen über die Rolle der Arbeitsgestaltung für die Gesundheit.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Vor- und Nachteile verschiedener Ansätze des betrieblichen Gesundheitsmanagements bewerten und strukturiert darstellen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können die empirischen Evidenzen für verschiedene Ansätze des betrieblichen Gesundheitsmanagements gegenüber unterschiedlichen Zielgruppen klar kommunizieren.



Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können einordnen und bewerten, inwieweit Angebote des betrieblichen Gesundheitsmanagements an die Bedarfe spezifischer Zielgruppen angepasst werden müssen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppen, Diskussion, Übungen, Fallstudien

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Riecken, Andrea

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Literaturstudium
----	------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

Literatur

Faller, G. (2016). Lehrbuch Betriebliche Gesundheitsförderung. Göttingen: Hogrefe.
Kohlmann, C.-W., Salewski, C. & Wirtz, M. A. (2018). Psychologie in der Gesundheitsförderung. Göttingen: Hogrefe.
Ogden, J. (2019). Health Psychology. London: McGraw-Hill.
Schneider, C. (2018). Praxis-Guide Betriebliches Gesundheitsmanagement. Göttingen: Hogrefe.
Struhs-Wehr, K. (2017). Betriebliches Gesundheitsmanagement und Führung. Heidelberg: Springer.
Uhle, T. & Treier, M. (2019). Betriebliches Gesundheitsmanagement. Heidelberg: Springer.
Ulich, E. & Wülser, M. (2017). Gesundheitsmanagement in Unternehmen. Heidelberg: SpringerGabler.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Referat

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester



Lehrsprache

Deutsch



Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Principles of Business Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0554 (Version 22.0) vom 29.04.2019

Modulkennung

22B0554

Studiengänge

Angewandte Volkswirtschaftslehre (B.A.)
Betriebswirtschaft und Management - WiSo (B.A.)
Betriebswirtschaft im Gesundheitswesen (B.A.)
Betriebliches Informationsmanagement (B.Sc.)
Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)
Wirtschaftsrecht (Bachelor) (LL.B.)
Internationale Betriebswirtschaft und Management (B.A.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Denken in ökonomischen Kategorien und Zusammenhängen ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Dies gilt umso mehr in Bezug auf die zunehmend dynamischen und komplexen Markt- und Wertschöpfungsbedingungen. Die Studierenden sollen die Fähigkeit erlangen, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erfassen und Entscheidungsprobleme in ihrem spezifischen ökonomischen Wesenskern zu begreifen. Die Veranstaltung bildet die Basis für weiterführende Veranstaltungen des Bachelor- und Masterprogramms.

Lehrinhalte

1. Einführung: Unternehmen und Märkte
2. Unternehmertum und Unternehmensführung
3. Unternehmensumfelder und Unternehmensentwicklung
4. Unternehmenserfolg und Liquidität als Zielgrößen
5. Investitions- und Finanzierungsmanagement
6. Marketingmanagement
7. Beschaffungsmanagement
8. Produktionsmanagement
9. Personalmanagement
10. Organisation und Führungssysteme

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden lernen die wesentlichen Teilgebiete der Betriebswirtschaftslehre und deren zugrundeliegenden wissenschaftlichen Ansätze kennen. Dabei wird durch Fallstudien gestützt, große Aufmerksamkeit darauf gelegt, dass das Zusammenwirken der einzelnen betrieblichen Funktionen (Prozessorientierung) für den unternehmerischen Erfolg als wesentlich verstanden wird.

Wissensvertiefung

Die Studierenden haben einen guten Überblick über die einzelnen Kerngebiete der Betriebswirtschaftslehre. Sie kennen die grundlegenden Funktionen, Herangehensweisen und Methoden der einzelnen Gebiete. Sie verfügen über eine profunde Kenntnis der wesentlichen Begriffe der Betriebswirtschaftslehre.



Die Diskussion von Fallstudien und eigenen praktischen Erfahrungen der Studierenden aus Ausbildung/vorheriger Berufstätigkeit stellt die Verbindung von theoretisch Gelerntem und Unternehmenspraxis her.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie können den betrieblichen Wertschöpfungsprozess beschreiben und einzelne Wertschöpfungskettenstufen diskutieren.
Die Studierenden kennen Aufgaben, Methoden und Instrumente der einzelnen Gebiete.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können Argumente, Informationen und Ideen, die in dem Lehrgebiet/Fach gebräuchlich sind, darstellen und bewerten.

Können - systemische Kompetenz

Haben erste und grundsätzlich für das Studium notwendige wissenschaftliche Methoden und Ansätze der BWL erlernt.

Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird als Vorlesung durchgeführt.

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Modulpromotor

Frie, Jan

Lehrende

Eggers, Sabine
Halstrup, Dominik
Freye, Diethardt
Frie, Jan
Hofmann, Kay Hendrik
Holst, Hans-Ulrich
Temme, Thomas

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

45 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

105 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur



Die Vorlesung orientiert sich an:

Hutzschenreuther, T.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2015

Als ergänzende Literatur werden empfohlen:

Schierenbeck, H./ Wöhle, C. B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 18., überarb. Aufl., Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München 2012

Vahs, D./ Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7., überarb. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2015

Achleitner, A.-K./ Thommen, J.-P.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 7. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2012

Achleitner, A.-K./ Thommen, J.-P.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Arbeitsbuch, 7. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2013

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (50 Punkte) und einer abschließenden einstündigen Klausur (50 Punkte).

Prüfungsanforderungen

Kenntnisse über betriebswirtschaftlichen Grundbegriffe sowie Management- und Organisationsformen in unterschiedlichen Marktkontexten, Grundlegende Konzepte und Kalkulationen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Grundlagen der Gesundheitspsychologie

Introduction to Health Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1525 (Version 8.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1525

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Soziale Arbeit (B.A.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

In diesem Modul lernen die Studierenden, was man unter Gesundheit versteht und welche personalen und situativen Faktoren zur Gesundheit beitragen.

Lehrinhalte

1. Grundverständnis Gesundheit
2. Selbst- und Emotionsregulation
3. Stressmanagement
4. Gesundheitskompetenz und Life-Skills
5. Selbstwirksamkeit, Empowerment und Resilienz
6. Achtsamkeit
7. Soziale Unterstützung
8. Diversität und Gesundheit
9. Evidenzbasierung in der Gesundheitspsychologie.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen die grundlegenden Erkenntnisse der Gesundheitspsychologie zu den Faktoren, die Gesundheit beeinflussen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über detailliertes Wissen zur Rolle von Ressourcen für die Gesundheit.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Risiko- und Schutzfaktoren hinsichtlich der Gesundheit bewerten und strukturiert darstellen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können Erkenntnisse der Gesundheitspsychologie gegenüber unterschiedlichen Zielgruppen in Abhängigkeit von verschiedenen Zielsetzungen kommunizieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können einordnen und bewerten, welche Rolle diversitätsrelevante Faktoren für die Gesundheit spielen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppen, Diskussion, Übungen, Fallstudien



Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Riecken, Andrea

Wiedebusch-Quante, Silvia

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

30 Literaturstudium

30 Prüfungsvorbereitung

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Brown, K. W., Cresswell, J. D. & Ryan, R. M. (Eds). (2015). Handbook of Mindfulness. London: Guilford Press.

Eckert, M. & Tarnowski, T. (2017). Stress- und Emotionsregulation. Weinheim: Beltz.

Knoll, L. et al. (2017). Einführung Gesundheitspsychologie. München: UTB.

Kohlmann, C.-W., Salewski, C. & Wirtz, M. A. (2018). Psychologie in der Gesundheitsförderung. Göttingen: Hogrefe.

Ogden, J. (2019). Health Psychology. London: McGraw-Hill.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Referat

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch



Grundlagen der Markt- und Konsumentenpsychologie

Foundations of Market and Consumer Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0609 (Version 8.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B0609

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Die Lehrveranstaltung „Grundlagen der Markt- und Konsumentenpsychologie“ vermittelt Basiswissen für Studierende mit Interesse an marktpsychologischen Fragestellungen, vor allem für jene, die den Wahlschwerpunktbereich „Markt“ studieren möchten. Insbesondere wird die Bedeutung der psychologischen Untersuchungsmethodik im Kontext von betriebswirtschaftlich motivierten empirischen Fragestellungen im Laufe eines Produktlebenszyklus klargestellt. Hierzu werden marktpsychologische Methoden und Inhalte vermittelt, die man zur Beantwortung zahlreicher produkt- und dienstleistungsbezogener Fragestellungen in der betriebswirtschaftlichen Praxis benötigt. Das Modul vermittelt methodische und thematische Kenntnisse auf dem Gebiet der Markt- und Konsumentenforschung und ist eine entscheidende Schnittstelle zwischen dem psychologischen Grundlagenwissen und verschiedenen Anwendungsbereichen, z.B. der psychologischen Marktforschung und dem Marketing.

Lehrinhalte

Einordnung der Markt- und Konsumentenforschung in betriebswirtschaftliche Kontexte:

- Marktpsychologie als empirische Wissenschaft,
- Soziale Rollenverteilung im Markt (Anbieter, Konsumenten, Funktionäre),
- Auftraggeber von marktpsychologischen Untersuchungen sowie untersuchte Zielgruppen und Branchen,
- Zusammenhang zwischen Marketing und Marktforschung (Marktforschung als Mittel zur Unterstützung betriebswirtschaftlicher Erfolgsprognosen),
- Marktpsychologie zur Evaluierung absatzpolitischer Instrumente (Produktgestaltung, Preispolitik, Werbung, Vertrieb),
- Unterschied zwischen Absatzforschung und psychologischer Marktforschung,
- Empirische Marktforschung entlang des Produktlebenszyklus,
- Typischer Ablauf eines Marktforschungsprojekts.

Desweiteren werden grundlegende Methoden der empirischen Sozialforschung besprochen, die in der Marktpsychologie Anwendung finden, nämlich das Interview (qualitative & quantitative Interviewtechniken), die Verhaltensbeobachtung sowie verschiedene Verfahren zur Stichprobengewinnung.

Konkrete Marktforschungsinstrumente werden in ihrem jeweiligen thematischen Kontext vorgestellt, z.B.:

- Zielgruppenbeschreibung und –segmentierung,
- Testung von Produktkonzepten (z.B. Conjoint Analyse),
- Messung der Preisakzeptanz,
- Analyse von Markenimages,
- Testung von Werbemitteln (Werbepretest, Werbeposttest),
- Kundenzufriedenheitsmessung.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung



Die Studierenden kennen die grundlegenden Methoden marktpsychologischer Untersuchungen und gewinnen einen Einblick in die wichtigsten praktischen Anwendungsfelder (Marktforschung, Marketing) und deren Themengebiete und Fragestellungen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit betriebswirtschaftlicher Erfolgsprognosen und die Rolle marktpsychologischer Untersuchungen, die dem Ziel der Vorhersagbarkeit des Markterfolgs dienlich sind.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, das erworbene marktpsychologische Wissen auf dem Hintergrund betriebswirtschaftlicher Fragestellungen anzuwenden.

Lehr-/Lernmethoden

Interaktive Vorlesung

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse aus den Vorlesungen des ersten Semesters, insbesondere Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie.

Empfohlen wird der begleitende Besuch der betriebswirtschaftlichen Lehrveranstaltungen, z.B. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und Marketing.

Modulpromotor

Zöller, Henrik

Lehrende

Zöller, Henrik

Stegmaier, Ralf

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
30	Vorlesungen
30	betreute Kleingruppen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
30	Literaturstudium
30	Referate

Literatur

Aaker, D.A., Kumar, V., Leone, R.P., Day, G.S. (2017). Marketing Research. 12. Aufl. New York: Wiley&Sons

Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P. (2009). Marktforschung. Methodische Grundlagen und Anwendungen. 12. Aufl. Wiesbaden: Gabler

Buber, R., Holzmüller, H.H. (Ed.) (2009). Qualitative Marktforschung. Wiesbaden: Gabler

Döring, N., Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation. 5. Aufl. Heidelberg: Springer

Fantapié Altobelli, C. (2017). Marktforschung. 3. Aufl. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

Herrmann, A., Homburg, C., Klarmann, M. (Ed.) (2008). Handbuch Marktforschung. 3. Aufl. Wiesbaden:



Gabler

Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A. (2013). Konsumentenverhalten. 10. Aufl. München: Vahlen

Kuß, A., Wildner, R., Kreis, H. (2018). Marktforschung. 6. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler

Naderer, G., Balzer, E. (Ed.) (2011). Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler

Raab, G., Unger, A., Unger, F. (2018): Methoden der Marketing-Forschung. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler

Rosenstiel, L.v., Neumann, P. (2002). Marktpsychologie. Darmstadt: Primus Verlag

Weis, H.C., Steinmetz, P. (2012). Marktforschung. 8. Aufl. Herne: Kiehl/NWB

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (R) und einer einstündigen Klausur (K1). Das Referat wird mit 30 Punkten gewichtet und die Klausur wird mit 70 Punkten gewichtet

Prüfungsanforderungen

Kenntnisse zu den besprochenen Grundlagen der Markt- und Konsumentenpsychologie, insbesondere methodische Grundlagen der psychologischen Marktforschung und deren Anwendungsgebiete. Fähigkeit, das erworbene Wissen auf dem Hintergrund betriebswirtschaftlicher Fragestellungen anzuwenden.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Interkulturelle Wirtschaftspsychologie

Intercultural Business Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0610 (Version 9.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B0610

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Unternehmen haben angesichts der Globalisierung zunehmend interkulturelle Herausforderungen zu bewältigen. Durch Fusionen, Firmenauslagerungen, Kooperationen und auslandsorientierte Geschäfte wird interkulturelle Kompetenz eine zentrale Herausforderung für Unternehmen im Umgang mit Personal und bei der Entwicklung der Organisation. Auch bei der Entwicklung internationaler Marketingstrategien hat sich gezeigt, dass insbesondere kulturelle Einflussfaktoren den Erfolg einer solchen determinieren können. Beim Marketing wie auch bei der organisationsinternen Kommunikation sind Adressaten aus anderen Kulturkreisen zu berücksichtigen und der Umgang mit sozialen Spielregeln anderer Kulturen zu bewerkstelligen. Dieses Modul greift diese Herausforderungen auf. Es gibt dafür relevante Antworten auf die Fragen: In welchem Maße beeinflusst Kultur das menschliche Verhalten, z.B. die Einstellungen, Wahrnehmungen, Risikobereitschaft, Werthaltungen und Präferenzen von Kunden, Mitarbeitern, Managern etc.? Wie sollten Unternehmen ihre Marketing-Strategie bzw. ihre Marketing-Instrumente gestalten, wenn sie den kulturellen Besonderheiten der Zielmärkte Rechnung tragen wollen? Wie können Unternehmen organisationsintern den Faktor Kultur für eine nachhaltige Entwicklung nutzen?

Lehrinhalte

1. Methodische Probleme der kulturvergleichenden Forschung
2. Erfahrung Migration/Akkulturation
3. Emotion im Kulturvergleich
4. Motivation im Kulturvergleich
5. Persönlichkeit im Kulturvergleich
6. Wahrnehmung und Zeit (monochrome vs. polychrone) im Kulturvergleich
7. Kognition allgemein im Kulturvergleich
8. Entwicklungspsychologische Aspekte im Kulturvergleich
9. Alltagskognition im Kulturvergleich
10. Bildung und Pädagogische Psychologie im Kulturvergleich (PISA Studie und Erwachsenenbildung)
11. Interkulturelle Kommunikation/ Nonverbale Kommunikation
12. Interkulturelle Kompetenz-Ansätze, Förderung
13. Interkulturelle Trainings
14. Gesundheit und Kultur
15. Interkulturelle Personalauswahl und Personalentwicklung
16. Interkulturelle Personalführung und multikulturelle Teamarbeit
17. Entsendung/ Rückkehr
18. Interkulturelle Fusionen und Change-Management Prozesse (M&A-Prozesse)
19. Interkulturelle Werbung und Marketing
20. Traumata und Psychische Störungen in Kultureller Hinsicht

Die Studierenden entwickeln im Laufe des Modules in Kleingruppen ein Trainingskonzept zu einem der Modulinhalt, in dem sie auf spezifische Probleme eingehen und eine Intervention dazu entwickeln. Diese führen sie im Verlauf des Moduls mit dem Plenum durch.

Lernergebnisse / Kompetenzziele



Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern ihr Wissen über die Konzepte und Denksysteme der Interkulturellen Psychologie sowie deren Anwendungsfelder in der Wirtschaftspsychologie.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen dabei ihr Wissen über die Grundlagen der Sozialpsychologie und der Anwendungsbereiche Marketing und Diagnostik im Kontext interkultureller Fragestellungen vor dem Hintergrund der Digitalisierung. Darüber hinaus vertiefen sie ihr Wissen zur Planung, Durchführung und Evaluation von Trainings und anderen Interventionen zu Fragestellungen der interkulturellen Wirtschaftspsychologie.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage selbstständig Analysen und Entwicklungsmaßnahmen zu Teil-Fragestellungen der interkulturellen Wirtschaftspsychologie zu erarbeiten. Sie haben Verständnis und Fähigkeiten erworben um interkulturelle Problemstellungen im Kontext von Diagnostik und Marketing zu analysieren, zu erfassen, zu bearbeiten und Interventionen zu evaluieren.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden verstehen ihre eigene kulturelle Prägung und wissen von deren Einfluss auf ihr eigenes wirtschaftspsychologisches Handeln. Sie können interkulturelle Probleme erkennen und ggf. auch antizipieren; sie sind in der Lage souverän damit umzugehen und Lösungen zu entwickeln, ja sogar Synergien freizumachen und diese angemessen an Stakeholder zu kommunizieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage komplexe Wirkungszusammenhänge vor dem Hintergrund von Wirkungszusammenhängen der interkulturellen Psychologie zu analysieren. Sie sind in der Lage interkulturelle Aspekte in Diagnostik und Marketing zu erkennen, Problemfelder zu erschließen und unter Beachtung einer systemischen Perspektive zu intervenieren.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen, Simulationsspiele

Empfohlene Vorkenntnisse

Sozialpsychologie

Modulpromotor

Genkova Petkova, Petia

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept



Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen und Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

20 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

20 Literaturstudium

30 Kleingruppenarbeit

20 Prüfungsvorbereitung

Literatur

- Bennett, M. J. (2017). Intercultural Communication Training, Overview. in K.Y. Yun (Ed.), The international encyclopedia of intercultural communication.
- Berry, J. W. (2019). Acculturation. A Personal Journey across Cultures. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dreyer, W. & Hößler, U. (2011). Perspektiven interkultureller Kompetenz. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hall, E. T. (1966). The hidden dimension. New York: Anchor Press/Doubleday.
- Hofstede, G. & Hofstede, G. J. (2006). Lokales Denken, globales Handeln: interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. 3. Aufl. München: dtv.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W. and Gupta, V. (2004). Culture, Leadership and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lewis, R. D. (1998). When cultures collide: Managing across cultures. London: Nicholas Breadley.
- Gelbrich, K., & Müller, S. (2004). Interkulturelles Marketing. München: Vahlen.
- Genkova, P. (2012). Lehrbuch Kulturvergleichende Psychologie: Ein Forschungsleitfaden. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Genkova, P. (2019). Interkulturelle Wirtschaftspsychologie. Berlin Heidelberg: Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-58447-7>
- Genkova, P. & Riecken, A. (2020). Handbuch Migration und Erfolg Psychologische und Sozialwissenschaftliche Aspekte. Berlin Heidelberg: Springer.
- Genkova, P. & Ringeisen, T. (2017). Handbuch Diversity Kompetenz. Band 2. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-08594-0>
- Genkova, P. & Ringeisen, T. (2017). Handbuch Diversity Kompetenz. Band 1. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Genkova, P., Ringeisen, T., & Leong, F. T. L. (2020). Handbuch Stress und Kultur. Berlin Heidelberg: Springer
- Rothlauf, J. (2009). Interkulturelles Management. München. Oldenbourg Verlag.
- Thomas, A. (2003). Kulturvergleichende Psychologie. Göttingen: Hogrefe.
- Thomas, A., Kinast, E. U., & Schroll-Machl, S. (2003). Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder; Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Antwort-Wahl-Verfahren

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (R) und einer Arbeitsprobe schriftlich (APS). Das Referat und die Arbeitsprobe schriftlich werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsanforderungen



Die Studierenden weisen nach, dass sie wesentliche interkulturelle Erkenntnisse auf die Bereiche der Wirtschaftspsychologie „Personal und Organisation“ und „Markt“ anwenden können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Internationales Marketing-Management

International Marketing Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0619 (Version 15.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B0619

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Die zunehmende Internationalisierung der Geschäftstätigkeit macht für Wirtschaftspsychologen eine intensive Auseinandersetzung mit den Besonderheiten und Inhalten des Internationalen Marketing erforderlich.

Lehrinhalte

1. Internationalisierung als Herausforderung für das Marketing
2. Begriff, Methoden und Aufgabengebiete des Internationalen Marketing
3. Strategisches Internationales Marketing
4. Internationale Marketing-Strategien zwischen kultureller Differenzierung und globaler Standardisierung
5. Internationale Marktforschung und Anpassung von Erhebungs-Instrumenten für andere Kulturen
6. Internationales Marketing-Mix
7. Koordinationsentscheidungen im Internationalen Marketing

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben ein Verständnis des Internationalen Marketings gewonnen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können dieses Wissen auf marktpsychologische Fragestellungen und Erhebungsstrategien (Instrumente, Setting etc.) anwenden wie auch das psychologische Wissen für im internationalen Marketing anfallende strategische Entscheidungen nutzen.

Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird primär seminaristisch durchgeführt, d.h. die Studierenden erarbeiten anhand ausgewählter Texte unterschiedliche Methoden des Internationalen Marketing und übertragen sie in Fallstudien auf betriebliche Anwendungsbeispiele. Sie wenden Marktforschungsmethoden an.

Empfohlene Vorkenntnisse

Interkulturelle Wirtschaftspsychologie und Marketing-Kenntnisse

Modulpromotor

Griese, Kai Michael

Lehrende



Eggers, Sabine
Franke, Jürgen
Griese, Kai Michael
Roll, Oliver
Wolf, Alexander Karsten
Meyer, Ulrike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

45 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

15 Kleingruppen

30 Literaturstudium

25 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

35 Prüfungsvorbereitung und Fallstudienarbeit

Literatur

Berndt, R.; Altobelli, C.F.; Sander, M. (2016): International Marketing-Management, SpringerGabler
Bleuel, H.H. (2017): International Marketing Management: Grundlagen Umfeld und Entscheidungen, Kohlhammer
Kotabe, M.; Helson, K. (2016): Global Marketing Management: International Student Version, 7. Auflage, John Wiley & Sons
Meffert, H.; Burmann, C.; Becker, C. (2010): Internationales Marketing Management, 4. Aufl., Kohlhammer
Roemer, E. (2014): Internationales Marketing Management, Schaeffer-Poeschel

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers. Für die Portfolio-Prüfung gibt es zwei Ausprägungen: 1) Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (R) und einer einstündigen Klausur (K1). Das Referat und die Klausur werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet, 2) Die Portfolio Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer Hausarbeit (HA). Die Klausur und die Hausarbeit werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsanforderungen

Kenntnisse der Methoden, Prinzipien, Besonderheiten und Problemstellungen des Internationalen Marketings

Dauer

1 Semester



Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Kaufentscheidungen und Konsumentenverhalten

Economic Decisions and Consumer Behaviour

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1183 (Version 6.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1183

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Die Lehrveranstaltung „Kaufentscheidungen und Konsumentenverhalten“ ist ein Wahlmodul innerhalb des Studienschwerpunkts „Markt“. Sie knüpft an die vorherige Basisveranstaltung „Grundlagen der Markt- und Konsumentenpsychologie“ an und ferner an die Module aus dem betriebswirtschaftlichen Bereich (insbesondere Marketing). Der Prozess der Kaufentscheidung sowie weitere Aspekte des Konsumentenverhalten und deren Beeinflussbarkeit wird beleuchtet.

Die erworbenen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse helfen, die praktische Relevanz der einzelnen Themen zu beurteilen und menschliches Verhalten im ökonomischen Kontext zu verstehen.

Lehrinhalte

Marktpsychologische Themen, die sich mit dem Konsumentenverhalten und dessen Beeinflussbarkeit beschäftigen. Hierzu zählen z.B.:

- Kaufentscheidungen, Kaufrisiko, persönliches Involvement beim Kauf,
- Psychologie des persönlichen Verkaufsgesprächs,
- Mechanismen der Werbewirkung sowie generell, der Massenkommunikation,
- Psychologisch wirksame Gestaltung von Werbung sowie von weiteren Vermarktungsaktivitäten, z.B. Event Marketing, Sponsoring, Influencer-Marketing.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden wissen um grundlegende Prozesse und Erklärungsansätze des Verhaltens in ökonomischen Kontexten, insbesondere des Konsumentenverhaltens. Sie erkennen, warum und wie Konsumenten und deren Kaufentscheidungen durch Werbung und Vermarktung beeinflussbar sind.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können:

- praktische Untersuchungen zum Konsumentenverhalten interpretieren und reflektieren.
- psychologisch fundierte Maßnahmen in den behandelten Anwendungsfeldern konzipieren.
- konkrete Untersuchungspläne für konsumentenpsychologische Studien mit geeigneten Untersuchungsmethoden entwickeln.

Lehr-/Lernmethoden

Seminar mit Gruppenarbeiten.

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagen der Markt- und Konsumentenpsychologie, Grundlagenkenntnisse im Bereich Marketing

Modulpromotor



Zöller, Henrik

Lehrende

Zöller, Henrik

Stegmaier, Ralf

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

30 betreute Kleingruppen

30 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Literaturstudium

15 Referate

15 Hausarbeiten

Literatur

Bänsch, A. (2013). Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik. 9. Aufl. München: Oldenbourg
Cialdini, R.B., Wengenroth, M. (2017). Die Psychologie des Überzeugens. 8. Aufl. Göttingen: Hogrefe
Fantapié Altobelli, C. (2017). Marktforschung. 3. Aufl. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft
Foscht, T., Swoboda, B., Schramm-Klein, H. (2015). Käuferverhalten. 5. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler
Pfister, H.R., Jungermann, H., Fischer, K. (2016). Die Psychologie der Entscheidung. 4. Aufl. Heidelberg: Springer
Kroeber-Riel, W., Weinberg, P., Gröppel-Klein, A. (2013). Konsumentenverhalten. 10. Aufl. München: Vahlen
Trommsdorff, V., Teichert, T. (2011): Konsumentenverhalten. 8. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer
Siegert, G., Wirth, W., Weber, P., Lischka, J.A. (Ed.) (2016). Handbuch Werbeforschung. Wiesbaden: Springer

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (R) und einem Projektbericht mündlich (PMU). Das Referat wird mit 80 Punkten und der Projektbericht mündlich wird mit 20 Punkten gewichtet.

Prüfungsanforderungen

Kenntnisse aus den Themengebieten Kaufentscheidung und Konsumentenverhalten.
Fähigkeit zur exemplarischen Vertiefung anhand von Anwendungsbeispielen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz



Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Kommunikationspsychologie und Beratung

Communication Psychology and Consulting

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1517 (Version 4.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B1517

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Das Modul trägt dazu bei, dass wirtschaftspsychologische Absolventen professionelle Gesprächsführungskompetenzen und Beratungskompetenzen auch in Verbindung mit Digitalisierung erlangen und ggf. auch vermitteln können, insbesondere im Umgang mit und bei der Führung von Team-Mitarbeitern und für die Verkäufer-Käufer-Kommunikation. Methodisch lernen sie dazu Elemente aus der Supervision als Feed-Back-Instrument sowie aus dem Coaching kennen.

Lehrinhalte

1. Kommunikationspsychologische Grundlagen
2. Auseinandersetzung mit der eigenen Kommunikationsfähigkeit; Gesprächsbausteine für Mitarbeitergespräche sowie Verkäufer-Kunden-Gespräche
3. Moderation von Teamgesprächen
4. Beratung
5. Verschiedene Trainingsarten und Techniken
6. Coaching
7. Bausteine der Selbsterfahrung, Beratung, Supervision und des Coaching

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben die Fähigkeit erworben, professionell zu kommunizieren. Sie kennen dafür die Grundlagen und haben Modelle und Instrumente kennen gelernt.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, die jeweils persönliche Situation sowie die Stärken und Schwächen einzelner Kommunikationspartner, auch in Gruppen, zu erkennen.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie kennen die Grundlagen für Gesprächsführung und können sie situationsgerecht einschätzen und zielorientiert einsetzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Selbsterfahrungs-, Supervisions- und Coaching-Übungen sowie andere Rollenspiele und Fallübungen vertiefen das theoretische Verständnis und die professionellen Kommunikationsfähigkeiten. Sie sind befähigt für die Leitung von Teamgesprächen.

Können - systemische Kompetenz

Sie können Gesprächsführungen im Kontext von Unternehmen auf der Teamebene und bezogen auf das Kundengespräch einordnen.



Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird seminaristisch durchgeführt. Vortrag, Übungen (mit Videoaufnahmen) und Diskussionen erfordern aktive Mitarbeit und trainieren das genaue Wahrnehmen und die Einübung neuer Kompetenzen gleichermaßen.

Empfohlene Vorkenntnisse

Sozialpsychologie, Personal- und Organisationspsychologie, Diversity Management und Digitalisierung

Modulpromotor

Genkova Petkova, Petia

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Lehrbeauftragte

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

40	Kleingruppen
----	--------------

20	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Frey, D. & Bierhoff, H.-W. (2006). Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie (Handbuch der Psychologie). Handbuch der Psychologie: Bd. 3. Göttingen: Hogrefe.

Frindte, W., & Geschke, D. (2020). Lehrbuch Kommunikationspsychologie. Weinheim: Beltz Juventa Verlag.

Lüttge, C. (2020). Psychologie im Projektmanagement. Heidelberg: Springer.

Nerdinger F.W. (2019). Interaktion und Kommunikation. In: Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer-Lehrbuch. Heidelberg: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-56666-4_5

Röhner, J., & Schütz, A. (2020). Psychologie der Kommunikation. Heidelberg: Springer.

Sautter, C. (2009). Systemische Beratungskompetenz. Wolfegg: Verlag für Systemische Konzepte.

Watzlawick, P., Beavin, J.H. & Jackson, D.D. (1996). Menschliche Kommunikation: Formen Störungen, Paradoxien. Bern: Huber.

Zoller, K., & Nussbaumer, P. (2019). Persönlichkeitsorientierte Mitarbeiterführung. Cham: SpringerLink.

Prüfungsleistung

Arbeitsprobe, schriftlich

Referat

Hausarbeit



Prüfungsanforderungen

Die Studierenden zeigen, dass sie sich mit den Anforderungen von professionellen Gesprächen in der Wirtschaft auseinandergesetzt haben und die wichtigsten theoretischen Grundlagen und Anwendungsregeln für die verschiedenen Gesprächstypen kennen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Kundenzufriedenheit und Servicequalität

Customer Satisfaction and Service Quality

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1189 (Version 7.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1189

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Die Lehrveranstaltung "Kundenzufriedenheit und Servicequalität" ist ein Wahlmodul innerhalb des Studienschwerpunkts „Markt“. Es beschäftigt sich einerseits mit den empirischen Methoden zur Erfassung von Kundenzufriedenheit (wenn man die Mitarbeiter in einem Unternehmen als „interne Kunden“ betrachtet, eignen sich dieselben Methoden auch zur Messung der Mitarbeiterzufriedenheit). Ferner werden betriebswirtschaftliche und psychologische Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements (inkl. Beschwerdemanagement) und des Qualitätsmanagements vermittelt. Anhand von Praxisbeispielen aus verschiedenen Branchen werden entsprechende Interventionsmaßnahmen vorgestellt.

Lehrinhalte

- Kundenzufriedenheit aus Sicht der Konsumenten: erwartete und tatsächlich erhaltene Leistungen bzw. Nutzen,
- Methoden zur Erfassung der Kundenzufriedenheit: Checklisten, Skalen, qualitative Techniken, Online-Methoden,
- Kundenzufriedenheit aus Anbietersicht: Kundenwert und Kundenbindung, Customer Lifetime Value, wertorientierte Kundensegmentierung,
- Der Wert von Kundenempfehlungen (Kundenreferenzwert),
- Qualitätsmanagement und kundenorientierte Prozesse, z.B. Beschwerdemanagement, Total Quality Management, Lean Six Sigma.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden beherrschen Methoden zur Messung von Kundenzufriedenheit und Servicequalität in Organisationen und kennen einschlägige Untersuchungen hierzu. Sie kennen zudem einige Interventionsansätze zur Optimierung von Servicequalität und weiteren kundenorientierten Prozessen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden begreifen, dass Interventionsmaßnahmen zur Steigerung der Servicequalität und zur Verbesserung des Kundenmanagements sowohl bezüglich der entstehenden Kosten als auch auf ihren Erfolg hin evaluiert werden müssen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Ansätze für praktische Verbesserungen des Managements von kundenorientierten Prozessen beschreiben und reflektieren. Sie können entsprechende Konzepte entwerfen und Organisationen bei der Verbesserung kundenorientierter Maßnahmen unterstützen.

Lehr-/Lernmethoden

Seminar mit Gruppenarbeiten/Workshops



Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagen der Markt- und Konsumentenpsychologie,
Qualitative und Quantitative empirische Methoden

Modulpromotor

Zöller, Henrik

Lehrende

Zöller, Henrik

Stegmaier, Ralf

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Seminare
----	----------

30	betreute Kleingruppen
----	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Literaturstudium
----	------------------

15	Hausarbeiten
----	--------------

15	Referate
----	----------

Literatur

Buber, R., Holzmüller, H.H. (Ed.) (2009). Qualitative Marktforschung. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler

Günter, B., Helm, S. (Ed.) (2017). Kundenwert. 4. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler

Herrmann, A., Homburg, C., Klarmann, M. (Ed.) (2008): Handbuch Marktforschung. 3. Aufl. Wiesbaden: Gabler

Homburg, C. (Ed.) (2016). Kundenzufriedenheit. 9. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler

Töpfer, A. (Ed.) (2008). Handbuch Kundenmanagement. 3. Aufl. Berlin: Springer

Trommsdorff, V., Teichert, T. (2011). Konsumentenverhalten. 8. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer

Winkelmann, P. (2013). Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. 5. Aufl. München: Vahlen

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (R) und einem Praxisbericht mündlich (PBM). Das Referat wird mit 80 Punkten und der Praxisbericht mündlich wird mit 20 Punkten gewichtet.

Prüfungsanforderungen

Kenntnisse zu den Themenfeldern Kundenzufriedenheit, Kundenmanagement, Kundenbindung, Servicequalität und Qualitätsmanagement.

Fähigkeit zur exemplarischen Vertiefung anhand von Anwendungsbeispielen.

Dauer



1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch



Marketing für Wirtschaftspsychologen/-innen

Marketing

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0368 (Version 7.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B0368

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Marketing Management beinhaltet die Planung, Koordination, Durchsetzung und Kontrolle aller markt- und nicht marktbezogenen Transaktionsaktivitäten eines Unternehmens, um so eine kurz- und langfristige Befriedigung aktueller und potentieller Stakeholder zu erreichen. Das geschieht unter Berücksichtigung von:

- a.) den Bedingungen des Wettbewerbs (Wettbewerbsorientierung),
- b.) der Anforderung des Marktes (Kundenorientierung)
- c.) und der Beachtung von Standards zur Vermeidung oder Verringerung ökologischer Probleme (Save-Operating-Space-Orientierung)
- d.) gesellschaftlicher Legitimität der Ziele, Strategien und Maßnahmen (Gesellschaftsorientierung).

Lehrinhalte

- Begriff und Merkmale des Marketing Management
- Normative, strategische und operative Ziele des Marketing
- Der Planungsprozess im Marketing und die begriffliche Abgrenzung
- Käuferverhalten
- Bearbeitung der Strategischen Geschäftsfelder (inkl. Segmentierung/Differenzierung/Positionierung)
- Marketing Mix für Produkte und Dienstleistungen
- Markenpolitik

Bei allen Themen werden die Querschnittsfunktionen Digitalisierung und Nachhaltigkeit entsprechend berücksichtigt. Dazu zählt insbesondere die Frage der Verantwortung. In der Vorlesung greifen wir daher gesellschaftliche Herausforderungen auf und diskutieren den Zusammenhang mit dem Marketing Management.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende verfügen über grundlegendes Marketingwissen. Sie kennen Entwicklungen und Anforderungen im Marketingprozess sowie gängige Konzepte und Gestaltungsprinzipien.

Wissensvertiefung

Studierende verstehen und interpretieren das Entscheidungsfeld Marketing unter Berücksichtigung von strategischen und operativen Aspekten.

Können - instrumentale Kompetenz

Studierende nutzen ausgewählte Methoden zur Gestaltung und Optimierung von Marketingprozessen.



Können - kommunikative Kompetenz

Studierende erkennen, erfassen und analysieren in Fallstudien die Zusammenhänge in Marketingprozessen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Gruppenarbeit, Übung/Fallstudien

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Griese, Kai Michael

Lehrende

Eggers, Sabine
Franke, Jürgen
Wesselmann, Stefanie
Griese, Kai Michael
Roll, Oliver
Meyer, Ulrike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

90 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Burmann, C.; Halaszovich T.; Schade, M.; Piehler, R. (2018): Identitätsbasierte Markenführung. Grundlagen Strategie – Umsetzung – Controlling, 3. Auflage, SpringerGabler
Diller, H.; Beinert, M.; Ivens, B.; Müller, S. (2020): Pricing. Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, 5. Auflage, Kohlhamer
Hausschild, J.; Salomo, S.; Schultz, C.; Kock, A. (2016): Innovationsmanagement, 6. Auflage, Vahlen
Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2019): Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Auflage, Gabler
Schweiger, W.; Beck, K. (2019): Handbuch Online Kommunikation, 2. Auflage, Springer

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig
Portfolio Prüfung



Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers. Für die Portfolio-Prüfung gibt es zwei Ausprägungen:

- 1) Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Hausarbeit (HA) und einer einstündigen Klausur (K1). Die Hausarbeit und die Klausur werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.
- 2) Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (R) und einer einstündigen Klausur (K1). Das Referat und die Klausur werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsanforderungen

Grundkenntnisse über Begriffe und Zusammenhänge im Marketingprozess

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Medienpsychologie

Media Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1188 (Version 8.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1188

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Medienpsychologie ist ein Zweig der Psychologie, der sich in der Forschung mit der Beschreibung, Erklärung und Prognose des Erlebens und Verhaltens, das mit Medien verknüpft ist bzw. das aufgrund oder während der Mediennutzung stattfindet, beschäftigt. Dabei befasst sie sich sowohl mit Medienwirkung wie auch mit Mediennutzungsverhalten. Im Kontext der Digitalisierung legt dieses Modul einen Schwerpunkt auf das Nutzungsverhalten und die Wirkung von digitalen Medien in Marketing und Management. Das Modul führt unter anderem in die digitale Welt des Kaufens und Verkaufens ein und vermittelt wirtschaftspsychologisch relevante Unterschiede gegenüber der physischen Konsumwelt.

Lehrinhalte

1. Theorien der computervermittelten Kommunikation
 - 1.1. Medienwahl
 - 1.2. Medienmerkmal
 - 1.3. Mediales Kommunikationsverhalten in der Digitalisierung: Grundkonzepte
2. „The medium is the message“: Soziale Wirklichkeitskonstruktion im Internet
 - 2.1. Soziale Kognition
 - 2.2. Soziale Emotion
 - 2.3. Soziale Motivation
 - 2.4. Einstellungen
 - 2.5. Soziale Repräsentation, Mediennutzung und Wirkung
 - 2.7. Die Bedeutung der Website-Gestaltung
3. Interpersonales Verhalten im Internet
 - 3.1. Prosoziales Verhalten
 - 3.2. Beziehungsgestaltung im Internet: Anonymität und Vertrauensdefizite
 - 3.3. Virtuelle Gemeinschaften, z.B. Geschädigte – social Networks
 - 3.5. Ethische Schlussfolgerungen
4. Das Internet als Marktplatz: Etwas Technik und viel Psychosoziales
 - 4.1. Online-Handel
 - 4.2. Online- Auktionen (z.B. eBay)
 - 4.3. Online- Werbung
 - 4.4. Internet- Marktforschung
 - 4.5. Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Marketing und Marktforschung
 - 4.6. Entwicklung von wirtschaftspsychologischen Anforderungen an die Gestaltung von Websites im E-Commerce
 - 4.7. Soziotechnische Systemgestaltung; Heuristiken und Algorithmen
5. Diagnostik und Personalauswahl im Zeitalter der Digitalisierung
 - 5.1. Mediennutzungsverhalten in der Personaldiagnostik
 - 5.2. Digitalisierte Personalauswahl: Stärken und Schwächen
 - 5.3. Digitale Tools
 - 5.4. Gestaltung digitalisierter Personalauswahlverfahren



Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben ein Verständnis für die Funktionsweisen und psychosozialen Wirkungszusammenhängen von Mediennutzung und Medienwirkung gewonnen und kennen die Chancen und Risiken sowie die Implikationen für Marketing und Diagnostik in der Digitalisierung.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihr Wissen zu Wirkungszusammenhängen der Medienpsychologie sowie ihr Wissen zur Gestaltung von Marketing-Konzepten und Personaldiagnostischen Verfahren vor dem Hintergrund der Digitalisierung.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Lösungen aus wirtschaftspsychologischer Sicht zu entwickeln, insbesondere Anforderungen an die Gestaltung von Websites und Personalauswahlverfahren. Hierzu haben sie die soziotechnische Systemgestaltung sowie spezielle Heuristiken praktisch kennen gelernt.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ihr Wissen über Marketing- und Diagnostik-spezifische Implikationen der Medienpsychologie anderen vermitteln, sowie dieses Wissen nutzen um in der Kommunikation mit Kunden, wie auch mit potenziellen Bewerbern Prozesse und Inhalte zu planen, zu entwerfen, zu steuern und evaluieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können das neu gewonnene Wissen über Wirkungsmechanismen der Medienpsychologie systematisch in bereits gelernte Inhalte zu Marketing und Diagnostik einordnen. Die Studierenden sind dadurch in der Lage in komplexen Situationen im Zusammenhang mit digitalisierten Prozessen im Marketing oder in der Personaldiagnostik differenzierte Entscheidungen zu treffen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, selbstständiges Erarbeiten von Themen in Kleingruppen

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagen der Markt- und Konsumentenpsychologie, psychologische Marktforschung

Modulpromotor

Genkova Petkova, Petia

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Kühn, Stephan

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept



Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

45 Vorlesung und Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

20 Literaturstudium

30 Kleingruppen

25 Prüfungsvorbereitung

Literatur

- Wirtz, B. W. (2020). Media Management, Strategy, Business Models and Case Studies. New York. Springer.
- Noam, E. M. (2019) Media and Digital Management. New York. Springer.
- Trepte, S. & Reinecke, L. (2019). Medienpsychologie (2. Aufl.). Grundriss der Psychologie: Bd. 27. Stuttgart: Kohlhammer.
- Mangold, R., Vorderer, P., & Bente, G. (2004). Lehrbuch der Medienpsychologie. Hogrefe Verlag.
- Krämer, N., Schwan, S., Unz, D., & Suckfüll, M. (2016). Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte. Kohlhammer Verlag.
- Trepte S., Reinecke L. (2010) Medienpsychologie. In: Steins G. (eds) Handbuch Psychologie und Geschlechterforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92180-8_13
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. 2. Aufl. Göttingen u.a.: Hogrefe.

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 1-stündig

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen ihr Wissen über Medienpsychologische Inhalte und Digitalisierung nach. Sie entwickeln Anforderungen an die Gestaltung und Nutzung von Medien aus wirtschaftspsychologischer Sicht.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Mindful Leadership: (Selbst-)Führung in Studium, Alltag und Beruf

Mindful Leadership: (Self-)Leadership during Studies, Work and Everyday Life

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1523 (Version 4.0) vom 08.01.2021.

Modulkennung

22B1523

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Lehrinhalte

In einer Gesellschaft des stetigen Wandels durch Digitalisierung und Globalisierung steigen die Anforderungen und Herausforderungen an einzelne Individuen zunehmend stärker und schneller. Davon sind nicht zuletzt Studierende und Arbeitnehmer/-innen stark betroffen. Wissenschaftliche Forschung zeigt, dass Achtsamkeitsinterventionen einen signifikanten Einfluss auf gesundheitsförderliche Eigenschaften wie beispielsweise Resilienz haben. Das Modul Mindful Leadership kombiniert klassische Achtsamkeitsübungen mit psychologischen Elementen und trainiert die achtsame Bewältigung von führungs- und selbstführungsbezogenen Aufgaben und Anforderungen, die einem im Studium, Alltag oder Beruf begegnen. Dabei werden wissenschaftlich fundiertes Wissen und Strategien vermittelt und durch erfahrungsbasiertes Lernen gestützt.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden lernen die wesentlichen Bestandteile der Achtsamkeit und Führung und ihre wissenschaftlichen Ansätze kennen. Sie haben ein umfassendes Wissen über Praktiken und Methoden der achtsamen Selbstführung und Interaktion mit anderen Menschen

Wissensvertiefung

Studierende lernen und praktizieren Übungen der traditionellen Achtsamkeitspraxis sowie Übungen mit direktem Bezug zu Führungsanforderungen. Durch diese Verbindung werden Praktiken und Methoden trainiert, durch die Studierende Fertigkeiten der Selbstführung sowie der Führung in Bezug auf andere Menschen vertieft ausbilden.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden erlernen wie sie Mindful Leadership im Kontext von Studium und Alltag reflektiert anwenden können.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden lernen und trainieren Praktiken des achtsamen Austausches mit sich selbst und anderen Personen oder Gruppen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden sind dazu in der Lage, Methoden und Prinzipien des Mindful Leadership in verschiedenen Kontexten anzuwenden, auszuwerten und zu bewerten.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, eigene tägliche Meditation, Selbststudium, Dyadenarbeit, Gruppenarbeit, Übungen

Modulpromotor



Leiste, Christiane

Lehrende

Leiste, Christiane

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

90 Hausarbeiten

Literatur

- Blickhan, D. (2018). Positive Psychologie. Paderborn: Junfermann.
- Germer, C. K., & Salzberg, S. (2015). Der achtsame Weg zum Selbstmitgefühl: Wie man sich von destruktiven Gedanken und Gefühlen befreit ((C. Bendner, Trans.)) (1. Auflage). Arbor-Verlag.
- Gigerenzer, G. (2007). Bauchentscheidungen. Die Macht des Unbewussten und die Macht der Intuition. München: Bertelsmann.
- Goleman, D. (2013). Focus. The hidden driver of excellence. New York, NY: HarperCollins.
- Goleman, D., & Davidson, R. J. (2017). Altered traits: Science reveals how meditation changes your mind, brain, and body (First trade paperback edition). Avery, an imprint of Penguin Random House LLC.
- Kabat-Zinn, J. (2013). Gesund durch Meditation: Das große Buch der Selbstheilung mit MBSR ((H. Kappen, Trans.)) (Vollständig überarbeitete Neuauflage). Knaur Mens sana: Vol. 87568. Knaur.
- Kornfield, J., & Liebl, E. (2008). Das weise Herz: Die universellen Prinzipien buddhistischer Psychologie (Deutsche Erstausgabe, 6. Auflage). Arkana. Arkana.
- Krampen, G. (2019). Psychologie der Kreativität. Göttingen: Hogrefe.
- Lammers, C.-H. (2015). Emotionsfokussierte Methoden. Weinheim: Beltz.
- Lewis M., Woodhull, J. (2018). Inside The NO: Five Steps to Decisions That Last. 1 Auflage.
- Neff, K., Germer, C. K., & Helm, N. (2019). Selbstmitgefühl – Das Übungsbuch: Ein bewährter Weg zu Selbstakzeptanz, innerer Stärke und Freundschaft mit sich selbst (Deutsche Erstausgabe, 1. Auflage).
- Reb, J. & Atkins, P. W. B. (Eds.). (2017). Mindfulness in organizations. Cambridge: Cambridge University Press.
- Salzberg, S. (2016). Metta Meditation: Buddhas revolutionärer Weg zum Glück : geborgen im Sein ((E. D. Drolshagen, Trans.)) (6. Auflage). Arbor-Verlag.
- Vohs, K. D. & Baumeister, R. F. (Eds.). (2013). Handbook of self-regulation. London: Guilford Press.
- Wood, W. (2019). Good habits, bad habits. London: Macmillan.

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Lerntagebuch

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin / des Prüfers

Prüfungsanforderungen



Die Studierenden weisen nach, dass sie sich aktiv mit den Inhalten aus Vorlesung sowie den Hausarbeiten zum Mindful Leadership Training und somit mit sich selbst in verschiedenen Kontexten auseinandergesetzt haben.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Organisationsentwicklung

Organizational Development

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul (Version 5.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1518

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

In diesen Modul beschäftigen sich Studierende mit den zentralen Handlungsfeldern und Instrumenten der Organisationsentwicklung sowie der Forschung zum Erleben und Verhalten von Menschen in Change Prozessen.

Lehrinhalte

1. Change klug organisieren
2. Kommunizieren und einbinden im Change
3. Widerstand und Konflikte konstruktiv nutzen
4. Change und Gerechtigkeit/Fairness
5. Verhaltens- und Gewohnheitsänderung unterstützen
6. Teamentwicklung in Change Prozessen
7. Change und Gesundheit
8. Change bei Zusammenschlüssen
9. Change bei Kulturwandel
10. Change Monitoring: Evaluation von Organisationsentwicklung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben ein breites und integriertes Wissen über die zentralen Phasen und Instrumente der Organisationsentwicklung.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über detailliertes Wissen über die psychologische Forschung zum Erleben und Verhalten von Menschen in Change Prozessen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Prozesse der Organisationsentwicklung gestalten und wichtige Methoden bzw. Instrumente der Organisationsentwicklung gezielt einsetzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können Herausforderungen und Chancen von Change Prozessen analysieren und die Eignung verschiedener Methoden für den Change kritisch bewerten.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden haben ein vertieftes für die vielfältigen Einflussfaktoren in Prozessen der Organisationsentwicklung und deren Wirkung auf das Erleben und Verhalten von Menschen.



Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen, Fallstudien

Empfohlene Vorkenntnisse

„Personal- und Organisationspsychologie“ und "Sozialpsychologie"

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Kanning, Uwe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
---------------	---------

60	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
---------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Literaturstudium
----	------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Anderson, D. L. (2010). Organization development. The process of leading organizational change. London: Sage.

Becker, M. & Labucay, I. (2012). Organisationsentwicklung. Stuttgart: Schäfer-Poeschel.

Cummings, T. G. & Worley, C. G. (2008). Organization development and change. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.

Rank, S. & Scheinpflug, R. (Hrsg.). (2010). Change Management in der Praxis. Göttingen: Erich Schmidt Verlag.

Senior, B. & Swailes, S. (2010). Organizational change. London: FT Prentice Hall.

Stegmaier, R. (2016). Management von Veränderungsprozessen. Göttingen: Hogrefe.

Vahs, D. & Weiland, A. (2013). Workbook Change Management. Stuttgart: Schäfer-Poeschel.

Verplanken, B. (Ed.). (2018). The Psychology of Habit. Heidelberg: Springer.

Wood, W. (2019). Good habits, bad habits. The science of making positive changes that stick. London: Macmillan.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers



Prüfungsanforderungen

Die Studierenden kennen Phasen und Instrumente der Organisationsentwicklung sowie den Stand der Forschung psychologischer Change Forschung und sind in der Lage, ihr Wissen auf konkrete Change Fälle anzuwenden.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Personal- und Organisationspsychologie

Personnel and Organizational Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1182 (Version 7.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B1182

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Dieses Modul ist die entscheidende Schnittstelle zwischen dem psychologischen Grundlagenwissen und dem Anwendungsbereich „Personal und Organisation“. Mit diesem Modul wird die fachliche Vertiefung „Personal und Organisation“ ausführlich fundiert. Dabei erfolgt der Transfer von den Grundlagenfächern „Allgemeine Psychologie“, „Sozialpsychologie“ und „Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie“ zum Anwendungsgebiet der Personal- und Organisationspsychologie. Im Zentrum der Betrachtung steht die Auseinandersetzung mit den interaktiven Beziehungen zwischen dem Individuum (Fähigkeiten, Motive, Entwicklung etc.) und seiner Arbeitsumwelt (Strukturen, Prozesse, Führung etc.).

Lehrinhalte

- Bedeutung beruflicher Arbeit
- Stress und Arbeitsplatzgestaltung
- Arbeitszufriedenheit (Konstrukte, Messung, Theorien, Bedeutung, Interventionsmöglichkeiten)
- Gruppenarbeit (Formen, Wirkung, Management)
- Motivation (Konstrukte, Messung, Theorien, Bedeutung, Interventionsmöglichkeiten)
- Führung (Konstrukte, Messung, Theorien, Bedeutung, Interventionsmöglichkeiten)
- Personalentwicklung (Grundlagen: Bedarfsanalyse, Methoden, Förderung des Lerntransfers, metaanalytische Befunde)
- Organisationskultur und -strukturen (Konstrukte und Befunde)
- Organisationsentwicklung (Grundlagen: Organisationsdiagnose, Methoden, Befunde)
- Evaluation
- fragwürdige Methoden der Personalarbeit (NLP, tiergestützte Trainings etc.)

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden gewinnen ein vertieftes Verständnis der wesentlichen Theorieansätze und Konzepte der Wirtschaftspsychologie in Bezug auf „Personal und Organisation“. Sie erwerben ein breites organisationspsychologisches Wissen über Strukturen, Prozesse und Veränderungen in Organisationen. Sie lernen grundlegende personalpsychologische Ansätze und Methoden zu den Themenfeldern Arbeit, Motivation, Führung und Personalentwicklung kennen und einschätzen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verstehen und reflektieren zentrale Konzepte und Methoden der Personal- und Organisationspsychologie.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage praktisches Handeln an wissenschaftlichen Erkenntnissen zu orientieren.

Können - kommunikative Kompetenz



Die Studierenden können zentrale Konzepte und Methoden der Personal- und Organisationspsychologie darstellen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden haben Grundlagen zum wissenschaftlich fundierten Handeln in der Praxis erworben.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

„Allgemeine Psychologie“, „Sozialpsychologie“, „Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie“

Modulpromotor

Kanning, Uwe

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Kanning, Uwe

Thiem, Nina

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

60 Vorlesung und Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
Workload	

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Kleingruppen

30 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Kanning, U. P. & Staufienbiel, T. (2012). Organisationspsychologie. Göttingen: Hogrefe.
 Kanning, U. P. (2013). Wenn Manager auf Bäume klettern - Mythen der Personalentwicklung und Weiterbildung. Lengerich: Pabst.
 Kanning, U. P. (2019). Managementfehler und Managerscheitern. Berlin: Springer.
 Nerdinger, F. W., Blickle, G & Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie. Heidelberg: Springer.
 Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.). (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.
 Schuler, H. & Moser (Hrsg.). (2014). Lehrbuch Arbeits- und Organisationspsychologie. Bern: Huber

Prüfungsleistung



Klausur 2-stündig

Antwort-Wahl-Verfahren

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen nach, dass sie in der Lage sind Theorien, empirische Befunde und Methoden der Wirtschaftspsychologie, Vertiefung „Personal und Organisation“, kennen und bewerten sowie den Einsatz einschlägiger Methoden planen können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie

Personality and Individual Differences

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0608 (Version 6.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B0608

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Zentrale Bereiche der Wirtschaftspsychologie wie etwa die Markt- und Konsumentenforschung sowie Personalauswahl und Personalentwicklung stützen sich auf Ergebnisse der Grundlagendisziplin Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie.

Persönlichkeitspsychologie beschäftigt sich mit den zeitlich stabilen interindividuellen Unterschieden im Erleben und Verhalten von Menschen. Wie und weshalb unterscheiden sich Menschen in ihren Persönlichkeitseigenschaften und in welchen Merkmalen zeigen sie ihre individuellen Besonderheiten? Was ist überhaupt Persönlichkeit und welche Relevanz besitzen Persönlichkeitsmerkmale für die genannten Anwendungsgebiete der Wirtschaftspsychologie? Zur Klärung dieser zentralen Fragestellungen werden grundlegende Fachtermini, theoretische Positionen und methodische Herangehensweisen mit folgendem Ziel vermittelt: Die Studierenden erarbeiten sich ein fundiertes Verständnis von Persönlichkeit und Persönlichkeitsunterschieden. Auf der Wissensgrundlage aufbauend kann dann eine Transformation der Inhalte in Anwendungsgebiete erfolgen.

Lehrinhalte

Grundlagen

- Begriffe (Persönlichkeit, State, Trait, geschlechtstypisch, geschlechtsspezifisch, Normalverteilung von Merkmalsausprägungen, dimensionale vs. typologische Modelle)
- Klassische Persönlichkeitstheoretische Ansätze (Psychoanalyse, Lerntheorie, Humanistische Psychologie, faktorenanalytische Modelle)
- Entstehung und Veränderung von Persönlichkeit (Anlage-Umwelt-Debatte, Zwillingsstudien, Determinanten der Veränderung über die Lebensspanne)

Methodik

- Fragebogen vs. Testverfahren, Selbst- vs. Fremdbeschreibung
- Grundlagen der Testdiagnostik (Gütekriterien, Normierung, Faktorenanalyse)
- Interpretation persönlichkeitspsychologischer Messungen

Konstrukte

- Intelligenz
- Konzentrationsfähigkeit
- Interessen & Motive
- Leistungsmotivation
- Big Five
- Soziale Kompetenzen
- Berufsbezogene Persönlichkeitsmodelle
- Dunkle Triade

Anwendungsgebiete

- Berufsberatung
- Personalauswahl, Potentialanalyse



- Personalentwicklung
- Konsumentenverhalten

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben Fachbegriffe, den Gegenstand des Grundlagenfachs, Theoriekenntnisse und Anwendungsmöglichkeiten erarbeitet.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden kennen verschiedene methodische Zugänge des Grundlagenfachs und können diese kritisch einordnen, bewerten und ihren Geltungsbereich einschätzen; Sie sind in der Lage standardisierte psychometrische Messinstrumente zu bewerten und praktisch einzusetzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden haben sich in der Auseinandersetzung mit dem Grundlagenfach Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie und dessen Bedeutung für die Wirtschaftspsychologie in interdisziplinärer Praxis und Kommunikation geübt. Reflexionsfähigkeit, Kreativität, Überprüfung von ethischen Werthaltungen wurden im Prozess der Auseinandersetzung mit eigenen Persönlichkeitskonzepten geschärft.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Gruppenarbeit, Testanalyse, Selbststudium

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Kanning, Uwe

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Kanning, Uwe

Kühn, Stephan

Lehrende der Fachgruppe Psychologie

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Vorlesung und Übungen
----	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Kleingruppen
----	--------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur



Asendorpf, J.B. & Neyer, F.J. (2018). Psychologie der Persönlichkeit. Berlin: Springer.
Kanning, U.P. (2015). Soziale Kompetenzen fördern. Göttingen, Hogrefe.
Maltby, J., Day, L. & Macaskill, A. (2011). Differentielle Psychologie und Intelligenz. München: Pearson Studium.
Pervin, L.A., Cervone, D. & John, O.P. (2005). Persönlichkeitstheorien. Stuttgart: UTB.
Stemmler, G., Hagemann, D., Amelang, M. & Spinath, F. M. (2016) Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung. Stuttgart: Kohlhammer.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig
Antwort-Wahl-Verfahren
Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden besitzen grundlegende Kenntnisse der Persönlichkeitspsychologie und Differentiellen Psychologie. Die Studierenden können diese Kenntnisse zudem mit Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie (Markt- und Konsumentenpsychologie sowie Personal- und Organisationspsychologie) verknüpfen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Practical Project

Practical Project

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1516 (Version 5.0) vom 07.01.2021.

Modulkennung

22B1516

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

This module offers practical, project-oriented application of acquired knowledge in the respective field of specialization. It gives students the opportunity to get in contact with practical problems in an occupational setting, confronted with challenges of the digitalization, while they can benefit from the utilization of the skills learned in the module "Project-Management".

Lehrinhalte

Project should be designed in a way that makes it possible for students to work autonomously in supervised groups, after being instructed appropriately. Students will:

1. Contribute to the planning and preparation of the respective project
2. Apply acquired knowledge regarding project management
3. Manage interest of cooperation partners and stakeholders
4. After being instructed, work on tasks independently
5. Contribute to the conduct of surveys or measures
6. Contribute to the conduct and evaluation of the respective project

Appropriate Projects are simulation games, development of solutions for students (e.g. trainings) as well as project with a non-profit focus. During the project, students are expected to reflect over experiences and increase their skills. All students receive an individual feedback on their performance and skills. Projects can relate to all fields of business-psychology.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Development of occupational and social skills and competences as well as the ability to reflect the own experiences.

Wissensvertiefung

The students deepen their knowledge regarding the chosen sub-theme as well as their knowledge about scientific and practical methods in business-psychology through the conduct of the respective project as well as through the presentation of basics, methods and results.

Können - instrumentale Kompetenz

Students are able to:

- Apply their theoretical knowledge in an exemplary sub-theme
- Develop goals and methodologies for given or self-discovered problems
- Apply and increase their occupational skills and competences
- Make experiences in working in and managing of projects

Können - kommunikative Kompetenz



The students are able to:

- Develop their social competences during the cooperation with the group
- Learn and work autonomously
- Reflect their experiences and performances during the project
- Make appropriate use of presentation techniques

Können - systemische Kompetenz

The students are able to plan, conduct and manage a complex project on multiple levels and consider interests of multiple stakeholders.

Empfohlene Vorkenntnisse

Basic and practical knowledge in the respective field of specialization
Knowledge on methodologies, especially regarding the management of projects.
Basic legal knowledge

Modulpromotor

Genkova Petkova, Petia

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Lecturers

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

45	betreute Kleingruppen
----	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

95	Kleingruppen
----	--------------

10	Referate
----	----------

Literatur

Austin, W. G. & Worchel, S. (2012). The Social Psychology of Intergroup Relations. Brooks/Cole.
Banister, P. (2011). Qualitative Methods in Psychology: A Research Guide (2 Aufl.). Open University Press. <http://site.ebrary.com/lib/uniregensburg/Doc?id=10555027>
Baur, N. & Blasius, J. (Hg.). (2014). Handbuch methoden der empirischen sozialforschung. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0>
Hamacher, B. & Mardorf, L. (Hrsg.) (2003), Projektmanagement. Die Schnittstelle im Unternehmen von Mensch zu Mensch. Osnabrück: Shaker.
Ellebracht,
Kromrey, H. (2013). Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung (10. Aufl.). Uni-Taschenbücher: Bd. 1040. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-93463-5>

Prüfungsleistung



Arbeitsprobe, praktisch

Projektbericht, schriftlich

Referat

Prüfungsanforderungen

Presentation of the project's preparation, conduct and evaluation, including the related theoretical and methodological basics.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch



Praxisprojekt zur Wirtschaftspsychologie

Practical Project

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0547 (Version 10.0) vom 07.01.2021.

Modulkennung

22B0547

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Das Modul bietet in Projektform eine praxisorientierte Anwendung des bisher erworbenen Wissens der Wirtschaftspsychologie an. Das Modul ermöglicht den Studierenden eine intensiv reflektierte Begegnung mit Arbeitsfeldern von Unternehmen oder anderen Einrichtungen der Praxis im Kontext der Digitalisierung; gleichzeitig können die im Modul „Projektmanagement“ erworbenen Fähigkeiten praktisch umgesetzt werden.

Lehrinhalte

Die Projekte sollen möglichst so ausgewählt werden, dass die Studierenden nach Anleitung und unter Supervision allein und selbst organisiert in Untergruppen:

1. An der Planung und Vorbereitung des Projekts mitwirken
2. Kenntnisse zum Projektmanagement anwenden
3. Erwartungen des Kooperationspartners an das Projekt managen
4. Nach Anleitung möglichst eigenständig Teilaufgaben in der Entwurfsphase übernehmen
5. An der praktischen Durchführung von Erhebungen oder Maßnahmen mitwirken
6. An der Planung und Durchführung der Evaluation des Projekts beteiligt sind.

Auch Planspiele, Entwicklungen von Lösungen für Studierende (z.B. Trainingsmaßnahmen) sowie Themenstellungen im Non-Profit-Bereich sind hier als Projekte geeignet.

Im Verlauf des Projekts sollen die Studierenden ihre Erfahrungen gemeinsam reflektieren und verbessern. Alle Teilnehmer/innen sollen von der Dozentin/ vom Dozenten ein individuelles Feedback zu ihren Leistungen erhalten.

Die Projekte können jedes Gebiet aus der Wirtschaftspsychologie umfassen.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Entwicklung beruflicher und sozialer Handlungskompetenzen und Reflexion eigener Erfahrungen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihr Wissen in dem exemplarischen Teilgebiet der Wirtschaftspsychologie sowie ihr methodisches Wissen durch die Anwendung in einem Konkreten Projekt und die Aufbereitung als Präsentation.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können

- das theoretisch erworbene Wissen in einem exemplarischen Teilgebiet anwenden
- für gestellte oder selbst entdeckte Problemstellungen Ziele und Methoden entwickeln
- ihre individuellen beruflichen Handlungskompetenzen und Methodenkompetenzen anwenden und



ausbauen

- praktische Erfahrungen in der Projektarbeit und beim Projektmanagement sammeln.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können

- ihre sozialen Kompetenzen in der Zusammenarbeit in der Gruppe weiterentwickeln
- selbständig lernen und selbstorganisiert arbeiten
- ihre Erfahrungen in der Gruppe und Projektarbeit sowie eigene Leistungen reflektieren und verbessern
- ausgewählte Präsentationstechniken eigenständig anwenden.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können komplexe Projekte auf unterschiedlichen Ebenen planen, durchführen und steuern und dabei die Interessen verschiedener Stakeholder miteinbeziehen.

Lehr-/Lernmethoden

Praxisorientiertes Projekt

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagenwissen und praktisches Wissen zu den Grundlagen und zu ihrem Vertiefungsgebiet
Methodische Kenntnisse, insbesondere zum Projektmanagement
Rechtliches Grundwissen

Modulpromotor

Genkova Petkova, Petia

Lehrende

Genkova Petkova, Petia

Stegmaier, Ralf

Kanning, Uwe

Schreiber, Henrik

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
45	Anleitung / Supervision

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
20	Gruppenarbeit
75	Projektarbeit im Arbeitsfeld
10	Vorbereitung der Präsentation

Literatur

Baur, N. & Blasius, J. (Hg.). (2014). Handbuch methoden der empirischen sozialforschung. Springer VS. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=853576>
<https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0>
 Kromrey, H. (2013). Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung (10. Aufl.). Uni-Taschenbücher: Bd. 1040. VS Verlag für



Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-93463-5>

Hamacher, B. & Mardorf, L. (Hrsg.) (2003), Projektmanagement. Die Schnittstelle im Unternehmen von Mensch zu Mensch. Osnabrück: Shaker.

Ellebracht,

H., Lenz, G. & Osterhold, G. (2009). Systemische Organisations- und Unternehmensberatung: Praxishandbuch für Berater und Führungskräfte. Wiesbaden: Gabler.

König, E. & Volmer, G. (2008). Handbuch Systemische Organisationsberatung. Weinheim: Beltz.

Meier, R. (2006). Erfolgreiche Teamarbeit: 25 Regeln für Teamleiter und Teammitglieder. Bremen: GABAL Verlag.

Prüfungsleistung

Referat

Projektbericht, schriftlich

Arbeitsprobe, praktisch

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Prüfungsanforderungen

Darstellung und Präsentation der Vorbereitung, Durchführung und Evaluation eines Projektes (Teamarbeit), einschließlich zugehöriger theoretischer und methodischer Kenntnisse.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Principles of Business Management

Principles of Business Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0741 (Version 18.0) vom 28.10.2020

Modulkennung

22B0741

Studiengänge

Betriebswirtschaft und Management - WiSo (B.A.)

Internationale Betriebswirtschaft und Management (B.A.)

International Management (B.A.)

Betriebliches Informationsmanagement (B.Sc.)

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Students will be familiarised with the foundations of business management, administration and scientific tools and methods with approaches. Students will be able to identify the success factors of business management in relation to the value chain. The students will be able to identify different business formats and organizational combinations with the help of case studies.

Lehrinhalte

1. Fundamentals of Business
2. Global Business
3. Small Business Enterprise
4. Medium to Large Business Structures
5. Business Combinations
6. Role of Management
7. Teams and Management
8. Human Resource Management
9. Business Ethics
10. Business Strategy
11. Financial Markets
12. Production Management

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Students who successfully complete this module can

- define basic terms of business administration.
- describe the concepts of business administration in relation to value added process.

Wissensvertiefung

Students who successfully complete this module can

- review the differences and similarities of different business combinations.
- review the advantages and disadvantages of different business combinations.

Können - instrumentale Kompetenz



Students who successfully complete this module can

- identify the different business formats and combinations and discuss them in relation to international environments on an academic level.
- examine the impact of globalization in relation to strategy and the business enterprise.

Lehr-/Lernmethoden

Lectures, Reading Material, Case Studies, Video, Round-table discussions

Empfohlene Vorkenntnisse

None

Modulpromotor

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Lehrende

Holst, Hans-Ulrich

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

45	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

105	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
-----	----------------------------------

Literatur

Courtland L. Bovee, John V. Thill; Business in Action, 2015, 7th Edition, Pearson

Gary Dressler; Management, 2014, 14th Edition, Pearson

Alan Rugmann, Simon Collinson; International Business, 2012, 6th Edition, Pearson

Mead, Andrews; International Management, 2009, 4th Edition, Wiley

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (50 Punkte) und einer abschließenden einstündigen Klausur (50 Punkte).

Prüfungsanforderungen



Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch



Project Seminar Empirical Methods

Project Seminar Empirical Methods

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1552 (Version 7.0) vom 01.09.2022.

Modulkennung

22B1552

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

The module "Project Seminar Empirical Methods" enlarges student's skills with regard to the application of empirical methods of the social sciences, especially the quantitative, statistical methods.

The core of the module is to formulate a scientific question and then to design, conduct, and report the whole empirical project. Hence the module also serves as a training for the later bachelor thesis.

Students perform their research project in small groups and will be coached during all phases of their work.

They should formulate the concrete, empirical research question according to their own interests and then develop the appropriate methodological approach, collect all the necessary data, analyze them statistically, and finally, report them in written form.

Lehrinhalte

- Introduction to self-assured application of methodological knowledge and skills, especially the quantitative-statistical methods (with consultation and support by the lecturer)
- Endorsement of teamwork within a research project
- Development and obeying of project plans (milestones, timelines).

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensvertiefung

Students consolidate their knowledge of scientific, empirical research methods.

Können - instrumentale Kompetenz

Students are capable to plan and conduct, mostly self-employed, a research project during all its critical phases: formulation of a concrete research question, choice of appropriate empirical methods, data collection, statistical data analysis, and reporting.

They are also capable to develop a detailed and realizable project plan, as well as following their goals, milestones and timetable.

Lehr-/Lernmethoden

Project-based seminar; research in small groups

Empfohlene Vorkenntnisse

Successful participation in basic statistical courses; knowledge of scientific criteria and research design

Modulpromotor

Zöller, Henrik

Lehrende



Zöller, Henrik

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

15 Seminare

15 Übungen

30 betreute Kleingruppen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

15 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Kleingruppen

15 Referate

30 Hausarbeiten

Literatur

Dean, A., Voss, D., Draguljic, D. (2017). Design and Analysis of Experiments. 2nd Ed. New York: Springer
Izenman, A.J. (2008). Modern Multivariate Statistical Techniques. New York: Springer
Kirk, R.E. (2013): Experimental Design. 4th Ed. Thousand Oaks, CA: Sage
Witte, R.S., Witte, J.S. (2017). Statistics. 11. Aufl. New York: Wiley

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Projektbericht, schriftlich

Bemerkung zur Prüfungsform

Portfolio Prüfung: Written project report (PSC) in form of a seminar paper (80% of the total grade) and prior verbal presentation (PMU) of the project in a plenary session (20%)

Prüfungsanforderungen

Students demonstrate that they can conceptualize and conduct an empirical research project, evaluate the data statistically, interpret and report the results with regard to scientific criteria.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch



Psychologie der Führung

Psychology of Leadership

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1187 (Version 10.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1187

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

In diesem Modul beschäftigen sich Studierende mit Führungsansätzen sowie Führungsforschung, sie lernen Führungsinstrumente kennen und wenden diese praktisch an.

Lehrinhalte

1. Sich selbst führen
2. Führung und Motivation
3. Führung, Macht und Einfluss
4. Delegation und Partizipation
5. Neuere Ansätze der Führungsforschung
 - Transformationale Führung
 - Charismatische Führung
 - Authentische Führung
 - Ethische Führung,
 - Mindful Leadership
 - Gesundheitsorientierte Führung
6. Mitarbeitendengespräche
 - Zielvereinbarungen & Beurteilung
 - Kritikgespräche
7. Führen von Teams
8. Führen in Krisen
9. Methoden der Führungskräfteentwicklung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben einen Eindruck davon gewonnen, wie sie sich selbst als Führungskraft sehen und verhalten würden. Sie kennen zentrale Konzepte und Instrumente der Führungspraxis. Sie verstehen, wie Interaktionen zwischen Führungspersonen und Geführten ablaufen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über detailliertes Wissen zur Wirkung verschiedener Führungsansätze.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Techniken des Zeit- und Selbstmanagements einsetzen, um sich selbst besser zu führen und strukturiert und zielorientiert zu arbeiten. Sie können Übungen entwickeln und einsetzen, um Führungskompetenzen zu fördern.

Können - kommunikative Kompetenz



Die Studierenden können Vor- und Nachteile verschiedener Führungsansätze detailliert bewerten und anderen erläutern.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden verstehen, wie Führungshandeln an situative Bedingungen angepasst werden muss, um effektiv zu sein.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen, Rollenspiele, Fallstudien

Empfohlene Vorkenntnisse

Modul „Organisations- und Personalpsychologie“ und "Sozialpsychologie"

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Kanning, Uwe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

	45 Vorlesungen
--	----------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

	35 Veranstaltungsvor-/nachbereitung
--	-------------------------------------

	35 Literaturstudium
--	---------------------

	35 Prüfungsvorbereitung
--	-------------------------

Literatur

Daft, R. L. (2008). Leadership. South-Western, Cengage Learning.
 Felfe, J. (Hrsg.). (2015). Trends der psychologischen Führungsforschung. Göttingen: Hogrefe.
 Haslam, S. A., Reicher, S. D. & Platow, M. J. (2011). The new psychology of leadership. Identity, influence and power. Hove and New York: Psychology Press.
 Hossiep, R., Bittner, J. E. & Berndt, W. (2008). Mitarbeitergespräche - motivierend, wirksam, nachhaltig. Göttingen: Hogrefe.
 Neuberger, O. (2002). Führen und führen lassen. Stuttgart: Lucius & Lucius.
 Northouse, P. G. (2010). Leadership. Theory and practice. London: Sage.
 Rowe, W. G. & Guerrero, L. (2011). Cases in leadership. London: Sage.
 Weibler, J. (2016). Personalführung. München: Vahlen.
 Yukl, G. (2010). Leadership in organizations. London: Pearson.

Prüfungsleistung



Referat

Arbeitsproben und Projektbericht

Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Psychologie des Gesundheitsverhaltens

Psychology of Health Behavior

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul (Version 9.0) vom 13.01.2021.

Modulkennung

22B1526

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Soziale Arbeit (B.A.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

In diesem Modul lernen die Studierenden, welche Faktoren das Gesundheitsverhalten beeinflussen und wie sich dieses durch gezielte Interventionen beeinflussen lässt.

Lehrinhalte

1. Modelle des Gesundheitsverhaltens
2. Techniken zur Verhaltens- und Gewohnheitsänderung
3. Gesundheitskommunikation
4. Interventionen zur Veränderung von Risikoverhalten
5. Interventionen zur Veränderung von Präventionsverhalten
6. Gesundheitsinterventionen der positiven Psychologie
7. Erwerb von Health Literacy und Mental Health Literacy
8. Diversität und Gesundheitsverhalten

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen die grundlegenden Modelle zum Gesundheitsverhalten.

Wissensvertiefung

Die Studierenden besitzen detailliertes Wissen über Interventionen zur Veränderung von Gesundheitsverhalten.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Vor- und Nachteile verschiedener Ansätze zur Veränderung von Gesundheitsverhalten bewerten und strukturiert darstellen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können Problemlösungen zur Veränderung von Gesundheitsverhalten gegenüber unterschiedlichen Zielgruppen klar kommunizieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können einordnen und bewerten, welche Rolle diversitätsrelevante Faktoren für Präventions- und Risikoverhalten spielen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppen, Diskussion, Übungen, Fallstudien

Modulpromotor



Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Riecken, Andrea

Wiedebusch-Quante, Silvia

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Literaturstudium
----	------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

Literatur

Blickhan, D. (2018). Positive Psychologie. Paderborn: Junfermann.

Brown, K. W., Cresswell, J. D. & Ryan, R. M. (Eds). (2015). Handbook of Mindfulness. London: Guilford Press.

Knoll, L. et al. (2017). Einführung Gesundheitspsychologie. München: UTB.

Kohlmann, C.-W., Salewski, C. & Wirtz, M. A. (2018). Psychologie in der Gesundheitsförderung. Göttingen: Hogrefe.

Margraf, J. & Schneider, S. (Hrsg.). (2018). Lehrbuch der Verhaltenstherapie. Heidelberg: Springer.

Ogden, J. (2019). Health Psychology. London: McGraw-Hill.

Schaeffer, D. & Pelikan, J. (Hrsg.). (2017). Health Literacy. Forschungsstand und Perspektiven. Göttingen: Hogrefe.

Verplanken, B. (Ed.). (2018). The Psychology of Habit. Heidelberg: Springer.

Wood, W. (2019). Good habits, bad habits. The science of making positive changes that stick. London: Macmillan.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Referat

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache



Deutsch



Psychologische Forschungsmethoden und Evaluation

Psychological Research Methods and Evaluation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul (Version 4.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B1512

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Methoden der empirischen Sozialforschung und der Evaluation finden in praktisch sämtlichen sozialwissenschaftlichen Disziplinen Anwendung wie z.B. in der Psychologie, Politikwissenschaft, Soziologie, Pädagogik, Rechtswissenschaft, Wirtschaftswissenschaft, aber auch z.B. in der Medizin. Methoden der empirischen Sozialforschung sind beispielsweise in der Meinungs-, Medien- und Marktforschung nicht wegzudenken. Sowohl Unternehmen als auch Parteien, Gewerkschaften, Verbände etc. sind auf Erkenntnisse angewiesen, die auf Basis empirischer und wissenschaftlich anerkannter Methoden gewonnen wurden.

Unter Evaluation versteht man die Beurteilung und Bewertung bzw. die Überprüfung der Wirkungen und Folgen von Interventionsmaßnahmen. In nahezu allen gesellschaftlichen Bereichen wie z.B. im Bildungssystem, Gesundheitssystem, Wirtschaft etc. werden Maßnahmen evaluiert.

In dieser Veranstaltung sollen den Studierenden wichtige Begriffe und Konzepte der empirischen Sozialforschung und der Evaluationsforschung vermittelt werden. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Studien auf wissenschaftlicher Basis kritisch beurteilen und Studien selbständig entwickeln zu können. Die Vor- und Nachteile bzw. Stärken und Schwächen der verschiedenen Forschungsansätze bzw. Studiendesigns werden erläutert. Studierende sollen befähigt werden, ihr eigenes Vorgehen bei der Durchführung empirischer Untersuchungen kritisch reflektieren zu können.

Lehrinhalte

- 1) Erkenntnistheoretische Grundlagen
- 2) Arten von Hypothesen, wie z.B. gerichtete vs. ungerichtete Hypothesen, Kausalhypothesen
- 3) Phasen empirischer Untersuchung
- 4) Arten bzw. Typen von Variablen, wie z.B. unabhängige Variablen, abhängige Variablen, Moderator- und Mediatorvariablen, Prädiktor, Kriterium, Skalenniveaus
- 5) Forschungsansätze, wie z.B. Experiment, Korrelationsstudien, Einzelfallbeobachtungen
- 6) Versuchspläne
- 7) Methoden der Datenerhebung wie z.B. befragen, beobachten, testen)
- 8) Fragebogenkonstruktion
- 9) Interne Validität
- 10) Externe Validität
- 11) Stichprobenziehung, wie z.B. Repräsentativität, Stichprobenökonomie, Arten von Stichproben)
- 12) Haupt- und Interaktionseffekte
- 13) Diagramme, wie z.B. Säulen- und Balkendiagramme, Histogramme, Boxplots
- 14) Schritte, Phasen und Ablauf von Evaluationen
- 15) Arten und Differenzierungsmodelle von Evaluationen wie z.B. formative vs. summative Evaluation
- 16) Ethische Aspekte

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung



Die Studierenden verfügen über ein wissenschaftlich fundiertes Wissen zur Beurteilung, Entwicklung und Durchführung empirischer Untersuchungen und Evaluationen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, empirische Studien und Evaluationen kritisch zu beurteilen und empirische Studien und Evaluationen selbstständig durchzuführen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Studien nachvollziehen und interpretieren zu können. Sie sind in der Lage, selbst durchgeführte empirische Untersuchungen und Evaluationen transparent und nachvollziehbar vorzustellen und zu präsentieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Zusammenhänge und dynamische Wechselwirkungen zu erfassen und diese bei der Beurteilung und der Durchführung empirischer Untersuchungen und Evaluationen zu berücksichtigen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

Vorkenntnisse aus den folgenden Veranstaltungen werden dringend empfohlen:

- 1) Einführung in die Wirtschaftspsychologie
- 2) Quantitative Methoden 1
- 3) Quantitative Methoden 2

Modulpromotor

Kühn, Stephan

Lehrende

Kühn, Stephan

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

90	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Baur, N. & Blasius, J. (2019). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Band 1 (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer.

Baur, N. & Blasius, J. (2019). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Band 2 (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer.

Bühner, M. (2011). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion (4., korrigierte und erweiterte Auflage). Pearson Studium.

Wottawa, H. & Thierau, H. (2003). Lehrbuch Evaluation (3., korrigierte Aufl). Huber.



Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften (5., vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage). Springer.
Holling, H. (Hrsg.). (2009). Grundlagen und statistische Methoden der Evaluationsforschung (Enzyklopädie der Psychologie, Themenbereich B, Serie 4, Band 1). Hogrefe.
Stockmann, R. & Meyer, W. (2014). Evaluation: Eine Einführung. (2., überarbeitete und aktualisierte Auflage). Budrich.

Prüfungsleistung

Klausur 1-stündig

Hausarbeit

Referat

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen nach, dass sie das besprochene Wissen, die besprochenen Konzepte, Fachbegriffe etc. beherrschen.

Die Studierenden weisen nach, dass sie das Wissen bei der Interpretation von Grafiken, Studien, Evaluationen etc. anwenden können.

Die Studierenden weisen nach, dass sie in der Lage sind, ein Untersuchungsdesign zu entwickeln und dieses kritisch reflektieren können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Psychology of Leadership

Psychology of Leadership

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul (Version 4.0) vom 08.01.2021.

Modulkennung

22B1519

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

This modul is about leadership research, leadership approaches and leadership tools. Students learn to analyze leadership behavior and apply leadership concepts and tools.

Lehrinhalte

1. Self Leadership
2. Leadership and Motivation
3. Leadership, Power and Influence
4. Delegation and Participation
5. New Leadership Approaches
 - Transformational Leadership
 - Charismatic Leadership
 - Authentic Leadership
 - Ethical leadership
 - Mindful Leadership
6. Leader Follower Communication
 - Goal Setting
 - Feedback and Appraisal
7. Leading Teams
8. Leading during crisis
9. Interventions for Leader Development

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Students know leadership research findings, concepts and tools. They understand the dynamics of leader follower interactions.

Wissensvertiefung

Students develop in-depth knowledge on the impact of different leadership approaches and styles.

Können - instrumentale Kompetenz

Students know how to apply principles of self management to structure their work and achieve results. They are able to develop and implement training modules for developing leadership skills.

Können - kommunikative Kompetenz

Students understand the pros and cons of different leadership approaches and are able to explain them to different audiences.

Können - systemische Kompetenz



Students understand how to adapt leader behavior in different contexts in order to be effective.

Lehr-/Lernmethoden

Lecture, group work, discussions, case studies, simulations

Empfohlene Vorkenntnisse

Modul „Organisations- und Personalpsychologie“ und "Sozialpsychologie"

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Kanning, Uwe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

45	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

35	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

35	Literaturstudium
----	------------------

35	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

- Daft, R. L. (2008). Leadership. South-Western, Cengage Learning.
- Felfe, J. (Hrsg.). (2015). Trends der psychologischen Führungsforschung. Göttingen: Hogrefe.
- Haslam, S. A., Reicher, S. D. & Platow, M. J. (2011). The new psychology of leadership. Identity, influence and power. Hove and New York: Psychology Press.
- Hossiep, R., Bittner, J. E. & Berndt, W. (2008). Mitarbeitergespräche - motivierend, wirksam, nachhaltig. Göttingen: Hogrefe.
- Neuberger, O. (2002). Führen und führen lassen. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Northouse, P. G. (2010). Leadership. Theory and practice. London: Sage.
- Rowe, W. G. & Guerrero, L. (2011). Cases in leadership. London: Sage.
- Weibler, J. (2016). Personalführung. München: Vahlen.
- Yukl, G. (2010). Leadership in organizations. London: Pearson.

Prüfungsleistung

Referat

Arbeitsprobe, praktisch

Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers



Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch



Quantitative Methoden 1

Quantitative Methods 1

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0371 (Version 7.0) vom 30.11.2020.

Modulkennung

22B0371

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Psychologische Erkenntnisse basieren auf empirischer Sozialforschung, insbesondere auf quantitativen Methoden. Zum Verständnis wissenschaftlicher psychologischer Ergebnisse wie auch zur Neugewinnung von Erkenntnissen, die bei der Ausübung des Berufs als Wirtschaftspsychologe benötigt werden, beispielsweise in der Marktforschung, wird das methodische Know-how benötigt. In diesem Modul wird eine Einführung in diese statistische Methoden gegeben.

Lehrinhalte

1. Quantitative Methoden der Datenerhebung
 - 1.1 Der empirische Forschungsprozess
 - 1.2 Untersuchungsdesigns
 - 1.3 Stichprobenauswahl
 - 1.4 Fragebogenkonstruktion und Testgütekriterien
2. Eindimensionale Deskriptive Statistiken
 - 2.1 Klassifizierung von Daten
 - 2.2 Häufigkeiten
 - 2.3 Lagemaße
 - 2.4 Streuungsmaße
3. Zweidimensionale deskriptive Statistiken
 - 3.1 Kreuztabellen
 - 3.2 Korrelationsmaße
 - 3.3. Regressionsmodelle
4. Wahrscheinlichkeitstheorie und Wahrscheinlichkeitsverteilungen
 - 4.1 Klassische Wahrscheinlichkeit
 - 4.2 Diskrete und stetige Verteilungen
5. Konfidenzintervalle
 - 5.1 KI für Anteilswerte
 - 5.2 KI für Mittelwerte
6. Hypothesentests
 - 6.1 Anpassungstests
 - 6.2 Tests für Mittelwerte
 - 6.3. Varianzanalyse
7. Elektronische Datenerhebung und –auswertung
 - 7.1 Einführung in SPSS
 - 7.2. Dateneingabe mit SPSS



- 7.3. Deskriptive Statistik mit SPSS
- 7.4. Korrelation und Regression mit SPSS
- 7.5. T-Test mit SPSS
- 7.6. Chi-Quadrat-Test mit SPSS

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein statistisches Grundverständnis.
Sie verfügen über die Fähigkeit Statistiken zu deuten und zu interpretieren.

Sie können in statistischen Begriffen denken und die methodischen Grundlagen exemplarisch umsetzen. Hierzu gehört beispielsweise die Erstellung, Erprobung und Auswertung eines quantitativen Beobachtungsbogens, insbesondere der Beschreibung der Daten und der Überprüfung von signifikanten Zusammenhängen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung mit Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Liebe, Jan-David

Lehrende

Jan-David Liebe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
Workload	

60 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

20 Prüfungsvorbereitung

10 Literaturstudium

Literatur

- Bortz, Jürgen (2005): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. 6. Aufl. Heidelberg: Springer.
 Bortz, Jürgen & Döring, Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Aufl. Heidelberg: Springer.
 Fahrmeier, Pigeot, Künstler, Tutz (2004) Statistik, Springer.
 Rasch, Björn, Friese, Malte, Hofmann, Wilhelm & Naumann, Ewald (2006): Quantitative Methoden 1. 2. Aufl. Heidelberg: Springer.

Prüfungsleistung



Klausur 2-stündig

Bemerkung zur Prüfungsform

Lösung von Gruppenaufgaben (statistische Auswertungen; Planungen quantitativer Datenerhebungen und –auswertungen) als Assignment

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen nach, dass sie wesentliche statistische Grundlagen verstanden haben, eine quantitative Untersuchung planen und wichtige Schritte umsetzen, beispielsweise berechnen, können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Quantitative Methoden 2

Quantitative Methods 2

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0534 (Version 7.0) vom 05.01.2021.

Modulkennung

22B0534

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Nachdem in den Semestern zuvor die methodischen und statistischen Grundlagen der empirischen Sozialforschung gelegt wurden, werden in diesem Modul hypothesenprüfende Verfahren für zwei und mehr Gruppen in abhängigen und unabhängigen Studiendesigns behandelt. Es werden univariate, wie multivariate Verfahren vorgestellt. Außerdem wird in diesem Semester die Nutzung von Computerprogrammen (SPSS) für statistische Auswertungen vertieft. Ferner werden die deskriptiven Verfahren Cluster- und Faktorenanalyse behandelt.

Lehrinhalte

1. Induktive Statistik - Grundlagen

1.1 Fehlerarten

1.2 Hypothesenformulierung und –prüfung

1.3 Prüfverteilungen (Standardnormalverteilung, t-Verteilung, Chi²-Verteilung, F-Verteilung)

1.4 Vorgehen am Beispiel des einfachen t-Tests

1.5 Arten von Signifikanztests

2. Univariate Methoden:

2.1 Verfahren für den Vergleich zweier unabhängiger Gruppen für unterschiedliche Datenniveaus, z.B. doppelter t-Test, Mann-Whitney-Test, Chi²-Test

2.2 Verfahren für den Vergleich zweier abhängiger Gruppen für unterschiedliche Datenniveaus, z.B. t-Test für abhängige Stichproben, Wilcoxon-Test, McNemar-Test

2.3 Verfahren für den Vergleich mehrerer unabhängiger Gruppen, insbesondere Varianzanalyse

3. Multivariate Methoden:

3.1 Clusteranalyse

3.2 Faktorenanalyse

3.3 Varianzanalyse mit Messwiederholung und gemischte Designs

3.4. Diskriminanzanalyse

4. Elektronische Datenerhebung und –auswertung

4.1 Tabellenkalkulation

4.2 SPSS

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können die gelernten Verfahren anwenden.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen



Empfohlene Vorkenntnisse

"Quantitative Methoden 1"

Modulpromotor

Liebe, Jan-David

Lehrende

Neumann, Ludger

Liebe, Jan-David

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

30 Vorlesungen

30 Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

20 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 tutorengestützte Kleingruppenarbeit

20 Gruppenarbeit

20 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Bortz, Jürgen (2005): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. 6. Aufl. Heidelberg: Springer.

Bortz, Jürgen & Döring, Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Aufl. Heidelberg: Springer.

Rasch, Björn, Friese, Malte, Hofmann, Wilhelm & Naumann, Ewald (2007): Quantitative Methoden 2. 2. Aufl. Heidelberg: Springer.

<http://www.quantitative-methoden.de>

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Bemerkung zur Prüfungsform

Lösung von Gruppenaufgaben (statistische Auswertungen; Planungen quantitativer Datenerhebungen und -auswertungen) als Assignment

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen nach, dass sie Varianzanalyse und Faktorenanalyse als wesentliche statistische Grundlagen für psychologische Untersuchungen verstanden haben und dass sie mit Hilfe dieser Methoden eine quantitative Untersuchung planen und wichtige Schritte umsetzen, beispielsweise unter Verwendung von Software berechnen, können.

Dauer

1 Semester



Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Sozialpsychologie

Social Psychology

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1181 (Version 7.0) vom 07.01.2021.

Modulkennung

22B1181

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

1

Kurzbeschreibung

Die Studierenden lernen, wie soziale Kontexte die Wahrnehmung, das Erleben und das Verhalten von Menschen beeinflussen.

Lehrinhalte

1. Soziale Wahrnehmung
2. Soziale Einstellungen
3. Selbstkonzept und soziale Identität
4. Aggression
5. Prosoziales Verhalten
6. Psychologie der Gruppe
7. Sozialer Einfluss
8. Attraktion und Entwicklung von Beziehungen
9. Vorurteile und Stereotype
10. Aktuelle Themen der Sozialpsychologie

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben ein umfassendes und vertieftes psychologisches Wissen über die Beeinflussung der Wahrnehmung, der Urteile, des Verhaltens und der Interaktion durch soziale Kontexte.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, sozialpsychologische Einflüsse in der Wahrnehmung, Urteilsbildung und im Verhalten bei sich und bei andern zu erkennen. Die Kenntnis sozialpsychologischer Theorien und empirischer Befunde erlauben ihnen, die Wechselwirkungen zwischen Individuum und Umwelt bei Interaktionen differenziert einzuschätzen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können differenzierte Einschätzungen von sozialem Verhalten und kommunikativen Prozessen für die Gestaltung von Kommunikation und Interaktion einsetzen.

Können - systemische Kompetenz

Sie sind in der Lage, soziale Kontexte für gelingende Kommunikation und Interaktion zu identifizieren und konstruktiv zu gestalten.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Rollenspiele, Wahrnehmungsübungen, Selbsterfahrungs-Übungen, Übung der Kommunikations-Methoden



Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Kanning, Uwe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Literaturstudium

30 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2014). Sozialpsychologie. München: Pearson Studium.
Bierhoff, H.-W. & Frey, D. (Hrsg.) (2006). Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen
Bierhoff, H.-W. & Frey, D. (2011). Sozialpsychologie - Individuum und soziale Welt. Göttingen: Hogrefe.
Frey, D. & Bierhoff, H.-W. (2011). Sozialpsychologie - Interaktion und Gruppe. Göttingen: Hogrefe.
Frindte, W. & Geschke, D. (2016). Lehrbuch Kommunikationspsychologie. Weinheim: Beltz Juventa.
Gilovich, T., Keltner, D., Chen, S. & Nisbett, R. E. (2016). Social Psychology. New York, NY: W. W. Norton & Company.
Gollwitzer, M. & Schmitt, M. (2009). Sozialpsychologie kompakt. Weinheim: Beltz Verlag.
Jonas, K., Stroebe, W., Hewstone, M. R. C. (Hrsg.) (2007). Sozialpsychologie: Eine Einführung. Berlin: Springer.

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz



Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Strategische Personalentwicklung

Strategic Personnel Development

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1520 (Version 8.0) vom 07.01.2021.

Modulkennung

22B1520

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

In diesem Modul beschäftigen sich Studierende mit Konzepten und Instrumenten einer strategischen Personalentwicklung und lernen, diese gezielt einzusetzen, um strategisch relevante Kompetenzen von Mitarbeitenden und Führungskräften zu fördern.

Lehrinhalte

1. Lern- und entwicklungspsychologische Grundlagen strategischer Personalentwicklung
2. Analyse von Lern- und Entwicklungsbedarf
3. Basistechniken der Personalentwicklung (z. B. Zielsetzungen, Feedback, Simulationen, Imagination)
4. Instrumente strategischer Personalentwicklung (z. B. Training, Mitarbeitendengespräch, Coaching, Mentoring, Performance Management, Kompetenzmodelle, Onboarding, Job Assignment)
5. Förderung strategisch relevanter Kompetenzen (z. B. Kreativität, Entrepreneurship, soziale Kompetenzen, Führungskompetenz, Entscheiden, Achtsamkeit, Emotionsregulation)
6. Förderung von Lerntransfer
7. Evaluation und Nutzen von Personalentwicklung
8. Beziehung strategischer Personalentwicklung zur Unternehmensstrategie

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden haben ein breites und integriertes Wissen und Verständnis über Theorien und Instrumente einer strategischen Personalentwicklung.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein detailliertes lern- und entwicklungspsychologisches Wissen, das als Basis für die Konzeption von Lösungen der strategischen Personalentwicklung dient.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Methoden der strategischen Personalentwicklung einsetzen, um Bedarfe zu identifizieren, Kompetenzen zu fördern und den Lern- und Transfererfolg zu evaluieren.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können die Vor- und Nachteile verschiedener Methoden der strategischen Personalentwicklung abhängig von Zielen und Kontexten analysieren und bewerten.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können anhand von empirischen Evidenzen den Nutzen strategischer Personalentwicklung aufzeigen.

Lehr-/Lernmethoden



Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

Modul „Personal- und Organisationsentwicklung“

Modulpromotor

Stegmaier, Ralf

Lehrende

Stegmaier, Ralf

Kanning, Uwe

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

60 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

30 Prüfungsvorbereitung

30 Literaturstudium

Literatur

- Greif, S. (2008). Coaching und ergebnisorientierte Selbstreflexion. Göttingen: Hogrefe.
- Grote, S., Kauffeld, S. & Frieling, E. (2012). Kompetenzmanagement. Grundlagen und Praxisbeispiele. Stuttgart: Schäfer-Poeschel.
- Hossiep, R., Bittner, J. E. & Berndt, W. (2008). Mitarbeitergespräche: motivierend, wirksam, nachhaltig. Göttingen: Hogrefe.
- Johnson, G., Whittington, R. & Scholes, K. (2011). Exploring strategy. London: Pearson.
- Kauffeld, S. (2016). Nachhaltige Personalentwicklung und Weiterbildung. Wiesbaden: Springer.
- Krampen, G. (2019). Psychologie der Kreativität. Göttingen: Hogrefe.
- Krumm, S., Mertin, I. & Dries, C. (2012). Kompetenzmodelle. Göttingen: Hogrefe.
- Meifert, M. T. (Hrsg.). (2010). Strategische Personalentwicklung. Ein Programm in acht Etappen. Heidelberg: Springer.
- Mietzel, G. (2007). Pädagogische Psychologie des Lernens und Lehrens. Göttingen: Hogrefe.
- Moser, K. et al. (2018). Onboarding - Neue Mitarbeiter integrieren. Göttingen: Hogrefe.
- Reb, J. & Atkins, P. W. B. (Eds.). Mindfulness in Organizations. Cambridge: University Press.
- Ryschka, J., Solga, M. & Mattenklott, A. (Hrsg.). (2011). Praxishandbuch Personalentwicklung. Instrumente, Konzepte, Beispiele. Wiesbaden: Gabler.
- Sonntag, Kh. (2016). Personalentwicklung in Organisationen. Göttingen: Hogrefe.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform



nach Wahl der Prüferin/des Prüfers

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden weisen nach, dass sie die Zusammenhänge von Strategischem Management und Personalentwicklung verstanden haben und einzelne Werkzeuge der Personalentwicklung strategisch einsetzen können.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Vertiefung Diagnostik und Personalauswahl

Advanced Diagnostics and Personnel Selection

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1529 (Version 7.0) vom 13.01.2021..

Modulkennung

22B1529

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Wirtschaftspsychologen verbringen einen sehr großen Teil ihrer Arbeitszeit mit diagnostischen Aufgaben (Personalauswahl, Leistungsbeurteilung, Mitarbeiterbefragung). Sie sind für diese Aufgaben aufgrund ihrer sehr methodischen Ausbildung qualifizierter als jede andere Berufsgruppe. Die Personaldiagnostik ist daher eine Kernkompetenz von Wirtschaftspsychologen, die auf dem Arbeitsmarkt als Alleinstellungsmerkmal ausgebaut werden sollte. Hierfür reicht theoretisches Wissen nicht aus. Vielmehr müssen die Studierenden ein praktisches Verständnis dafür bekommen, wie sie sich selbst in diagnostischen Kontexten verhalten sollten und Möglichkeiten haben, an sich zu arbeiten.

Lehrinhalte

- Anforderungsanalyse
- Festlegung von kategorialen und diskreten Kriterien zur Bewertung von Bewerbungsunterlagen
- Strategie und Praxis der Stellenausschreibung
- Sichtung und Bewertung von realen Bewerbungsunterlagen
- Entwicklung und Durchführung strukturierter Einstellungsinterviews inklusive verhaltensverankerter Bewertungsskalen
- Funktion, Auswahl und Entwicklung verschiedener Fragetypen (biographische Fragen, Situative Fragen, Suggestivfragen etc.)
- Gezielte Auswahl und Durchführung von Leistungstests und Persönlichkeitsinventaren
- Umgang mit Normtabellen
- Entwicklung von Assessment Centern (Multitrait-Multimethod-Matrix, Beobachterrotation, Logistik etc.)
- Auswahl und Entwicklung von Verhaltensübungen (Rollenspiele, Gruppendiskussionen, Präsentationen etc.)
- Entwicklung von verhaltensverankerten Beobachtungsskalen
- Schulung von Beobachtern, Rollenspielern und Moderatoren
- Durchführung von Assessment Centern
- Datenintegration und Auswahlentscheidung
- Feedbackgespräche mit Bewerber*innen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über ein spezifisches und vertiefendes Anwendungswissen zur Entwicklung und Umsetzung qualitativ anspruchsvoller Personalauswahlverfahren.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über vertiefendes, deklaratives und prozedurales Anwendungswissen.



Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können Instrumente der Personalauswahl anforderungsspezifisch entwickeln und durchführen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden bewerten Auswahlverfahren vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden wenden wissenschaftlich gestütztes Wissen und Methoden praktisch an.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Kleingruppenarbeit, Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

Module Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie; Diagnostik und Personalauswahl

Modulpromotor

Kanning, Uwe

Lehrende

Kanning, Uwe

Fachgruppe Wirtschaftspsychologie

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

90	Gruppenarb., Üb., Prüf.-Vorb.
----	-------------------------------

Literatur

Kanning, U. P. (2018). Standards der Personaldiagnostik. Göttingen: Hogrefe.
Kanning, U. P. (2018). Diagnostik für Führungspositionen. Göttingen: Hogrefe.
Schuler, H. (2018). Das Einstellungsinterview. Göttingen. Hogrefe.
Schuler, H. (2014). Psychologische Personalauswahl. Göttingen: Hogrefe.
Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.). (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.

Prüfungsleistung

Arbeitsprobe, schriftlich

Referat

Prüfungsanforderungen



Die Studierenden weisen nach, dass sie Personalauswahlverfahren vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden reflektieren und entwickeln können.
Personalauswahlverfahren

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Wirtschaftsprivatrecht für Wirtschaftspsychologen/-innen

Sales Promotion Law

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B0373 (Version 9.0) vom 07.01.2021.

Modulkennung

22B0373

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

2

Kurzbeschreibung

Absolventinnen und Absolventen der Wirtschaftspsychologie benötigen für ihre Bewertung von rechtserheblichem Handeln des Unternehmens, in dem sie tätig sind, Grundlagenkenntnisse im bürgerlichen Recht und Handelsrecht. Der für sie vor allem bedeutsame Bereich der Beurteilung von Werbehandlungen verlangt zudem ein fundiertes Wissen im Wettbewerbs-, Marken- und Datenschutzrecht.

Lehrinhalte

1. Einführung in die Rechtsordnung und die juristische Arbeitsweise
2. Rechtssubjekte
 - 2.1 Rechts- und Geschäftsfähigkeit natürlicher Personen
 - 2.2 Juristische Personen, insbesondere GmbH und AG
 - 2.3 Personengesellschaften: GbR, OHG und KG
3. Handelsstand
4. Vertragsrecht
 - 4.1 Zustandekommen von Verträgen, incl. AGB und Verbraucherschutzvorschriften beim Fernabsatz
 - 4.2 Stellvertretung, incl. Prokura und Handlungsvollmacht
 - 4.3 Besonderheiten des Kaufrechts
 - 4.3.1 Rechte des Käufers bei Mangelhaftigkeit der Kaufsache
 - 4.3.2 Sonderregelungen im Verbrauchsgüterkauf
5. Grundzüge des Wettbewerbsrechts
 - 5.1 Einführung in das UWG, insbesondere Behandlung der Generalklausel des § 3 UWG
 - 5.2 Unzulässige Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit gemäß § 4 UWG: Angstwerbung, unzumutbare Belästigung, gefühlsbetonte Werbung, getarnte Werbung, Gewinnspiele, Kopplungsgeschäfte, Nachahmung, psychologischer Kaufzwang
 - 5.3 Irreführende Werbung gemäß § 5 UWG, insbesondere Alleinstellungswerbung, Alterswerbung, Blickfangwerbung, Preissenkungswerbung, Test-Werbung, Umweltwerbung
6. Grundzüge des Markenrechts
 - 6.1 Einführung in das MarkenG
 - 6.2 Markenfähigkeit
 - 6.3 Entstehung einer Marke
 - 6.4 Schutz einer Marke
7. Grundzüge des Datenschutzrechts
 - 7.1 Besondere Persönlichkeitsrechte
 - 7.2 Ermächtigungsgrundlagen für Eingriffe in den datenschutzrechtlichen Bereich
 - 7.3 Haftung bei unzulässiger Datenverarbeitung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung



Studierende, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, haben die grundlegenden Strukturen des deutschen Privatrechts unter Einbeziehung des UWG, MarkenG und des Datenschutzrechts verstanden und sind deshalb in der Lage, rechtlich bedeutsame Fragen der Werbewirtschaft zunächst als solche zu erkennen. Ferner sind sie in der Lage, diese unter Abwägung der relevanten Rechtsfragen angemessen zu diskutieren und einer Lösung zuzuführen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung und seminarähnliche gemeinsame Erarbeitung und Lösung von Rechtsfragen anhand von Fällen, später auch unter Berücksichtigung aktueller höchstrichterlicher Urteile.

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Modulpromotor

Miras, Antonio

Lehrende

Aunert-Micus, Shirley

Miras, Antonio

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

60	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

38	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

26	Literaturstudium
----	------------------

26	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

In jeweils aktueller Auflage: Aunert-Micus, Wirtschaftsprivatrecht Band 2, Versicherungsvertragsrecht, Wettbewerbsrecht, Internetrecht, Kartellrecht, Zivilprozessrecht, Luchterhand Verlag; Berlit: Wettbewerbsrecht, München (C.H. Beck); Berlit: Markenrecht, München (C.H. Beck); Gola/Klug: Grundzüge des Datenschutzrechts; Aunert-Micus, Gülleemann, Streckel, Tonner, Wiese: Wirtschaftsprivatrecht Band 1, Luchterhand Verlag

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden müssen die wesentlichen Grundsätze des deutschen Privatrechts kennen, sowie die Grundzüge der Unlauterkeitsregelungen des UWG, des Markenrechts und des Datenschutzrechts. Sie sind deshalb in der Lage, praktische Fallfragen aus diesen Rechtsbereichen zu beantworten.

Dauer



1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch



Wissenschaftliches Praxisprojekt

Academic Project

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22B1179 (Version 6.0) vom 07.11.2017

Modulkennung

22B1179

Studiengänge

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Niveaustufe

3

Kurzbeschreibung

Im Wissenschaftlichen Praxisprojekt hat die/der Studierende die Gelegenheit, auf der Grundlage der im bisherigen Studium erworbenen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen ein praktisches Problem wissenschaftlich aufzubereiten, schriftlich darzulegen und zu präsentieren.

Lehrinhalte

- Organisation und Erarbeitung des Arbeitsablaufs des in der Praxis zu absolvierenden Praxisprojektes in Absprache mit der betreuenden Dozentin/dem betreuenden Dozenten,
- selbstständiges wissenschaftliches Bearbeiten eines praxisrelevanten Themas.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- können auf einer breiten wissens- und praxisbezogenen Grundlage, die sie im Studiengang erworben haben, aufbauen.
- haben das fachliche und überfachliche Wissen und Können, um studiengangbezogene Theorie und Praxis zusammenzuführen.
- verfügen über die kritische Distanz, um sachgerechte Ergebnisse aus ihren Analysen ziehen zu können.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- verfügen über das themenrelevante Wissen, um detaillierte Ergebnisse fachspezifisch erzielen und diskutieren zu können.
- können auch die fachspezifischen Ergebnisse in einem Gesamtzusammenhang präsentieren und verteidigen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- können das im Studium erworbene instrumentelle Wissen zur Erzielung ihrer Projektergebnisse einsetzen, d. h. sie können
- erforderliche Daten erheben und interpretieren,
- fachwissenschaftliche Methoden anwenden,
- Hypothesen aufstellen und hinsichtlich ihrer Richtigkeit überprüfen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ... können

- die eingesetzten Methoden und Verfahren,
- den Gesamtzusammenhang,
- die erzielten Ergebnisse



schriftlich und mündlich, unter Umständen auch in einer Fremdsprache, differenziert verdeutlichen, strukturieren und kritisch bewerten.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ... können

- die im Studium erworbenen fachbezogenen und überfachlichen Kompetenzen anwenden,
- die Ergebnisse ihres Projekts hinsichtlich ihrer praktischen Relevanz beurteilen und
- die Beurteilung in Empfehlungen umwandeln und Umsetzungsmöglichkeiten aussprechen.

Lehr-/Lernmethoden

Beratung und Betreuung in der Form von Kolloquien, Counselling, Coaching u. a.

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Frie, Jan

Leistungspunkte

18

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

10	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

530	Sonstiges
-----	-----------

Literatur

Cameron, S.: The Business Student's Handbook, Financial Times/Pitman

Jankowicz, A.D.: Business Research Projects, International Thomson Business Press

jeweils in aktueller Auflage sowie darüber hinaus themenspezifische Literatur

Unbenotete Prüfungsleistung

Projektbericht

Bemerkung zur Prüfungsform

Erstellen eines Berichtes über das Wissenschaftliche Praxisprojekt

Prüfungsanforderungen

Nachweis der Erreichung der Lernergebnisse durch die lt. Prüfungsordnung vorgesehenen Prüfungsformen

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz



Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch