

Modulhandbuch

Bachelor (FH)

Wirt.-psych. (B. Sc.)

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Grundlagen

WP01 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 2 von 152

Modul WP01 Wirtschaftspsychologische Grundlagen

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units

1. Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie
2. Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie

- Einführung in wirtschaftspsychologische Kernkompetenzen, Arbeitsfelder und Förderung entsprechender Schlüsselqualifikationen
- Vorstellung verschiedener Tätigkeitsbereiche, z.B. Personalauswahl, Personalentwicklung, Führung und Motivation, Teamarbeit, Konsumentenpsychologie, Werbung, Marktforschung, Marktpsychologie
- Verantwortung in Organisationen
- Berufliche Selbständigkeit
- tabellarische und grafische Darstellung von Häufigkeiten
- Beschreibung von Lage-, Streuungs- und Formparametern
- deskriptive Korrelations- und Regressionsanalyse
- Empirisches und wissenschaftliches Denken: Was ist eine Wissenschaft, und warum ist die Psychologie eine?
- Zentrale Begriffe empirischer Wissenschaften: Theorie, Hypothese, unabhängige und abhängige Variablen, interne und externe Validität, Operationalisierungen
- Ethik empirischer Forschung, Datenerhebungsmethoden im Überblick
- Untersuchungsarten: explorativ, hypothesentestend, evaluierend, populationsbeschreibend
- Statistische Signifikanz, Effekte, Alpha- und Beta-Fehler
- Datenerhebungsmethoden im Detail: Fragebogen, Befragung, Umgang mit Skalen und Ratings

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden haben einen Überblick über ausgewählte wirtschaftspsychologische Fragestellungen und kennen die späteren wirtschaftspsychologischen Praxisgebiete, sowie die unterschiedlichen Denkansätze und methodischen Zugänge,

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Grundlagen

WP01 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 3 von 152

die das Fach Wirtschaftspsychologie prägen. Die Studierenden haben einen Zugang zum empirisch-datengesteuerten Selbstverständnis der Psychologie und kennen Beispiele verschiedener Untersuchungs- und Datenerhebungsmethoden. Sie kennen das psychologisch-methodische Instrumentarium im Grundsatz und sind in der Lage, geeignete Instrumente für spezielle wissenschaftliche Fragen auszuwählen und einsetzen. Darüber hinaus kennen sie die (methodischen) Grenzen für die Erkenntnismöglichkeiten der Instrumente. Die Studierenden verfügen weiterhin über Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Anwendung elementarer mathematisch-statistischer Methoden. Unter Anwendung dieser Methoden sind sie in der Lage, selbständig wissenschaftliche Lösungsansätze zu finden, diese zu quantifizieren sowie die Resultate sachgerecht zu interpretieren.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker

Prüfungsform: 1. Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie: Klausur 90 Minuten
2. Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie: Studienleistung

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 40 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 29 h
Workload gesamt: 115 h

Voraussetzung für die Teilnahme: notwendige Voraussetzungen: Grundkurs Mathematik im Abitur
empfohlene Voraussetzungen: Leistungskurs Mathematik im Abitur

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Grundlagen

WP01 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 4 von 152

Unit WP0101 Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie

zugeordnet zu: Modul WP01

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Skalenniveau von Variablen
- Häufigkeiten
- Lage und Streuungsmaße
- Zusammenhangsanalysen von Variablen
- lineare Regression

Literaturhinweise: Lammers, F. (2005): Statistik I (2. Auflage), Chemnitz

Lehrvoraussetzungen: keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele: Die Studierenden lernen unter Anwendung entsprechender statistischer Methoden, selbstständig wissenschaftliche Lösungsansätze für Aufgabenstellungen aus den Bereichen BWL und VWL zu finden, diese zu quantifizieren sowie die Resultate sachgerecht zu interpretieren.

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Grundlagen

WP01 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 5 von 152

Unit WP0102 Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie

zugeordnet zu: Modul WP01

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Empirisches und wissenschaftliches Denken: Was ist eine Wissenschaft und warum ist die Psychologie eine?
- Zentrale Begriffe empirischer Wissenschaften: Theorie, Hypothese, unabhängige und abhängige Variablen, interne und externe Validität, Operationalisierungen
- Ethik empirischer Forschung, Datenerhebungsmethoden im Überblick
- Untersuchungsarten: explorativ, hypothesentestend, evaluierend, populationsbeschreibend
- Experiment als "Königsweg der Erkenntnisgewinnung", Quasi- Experiment
- Statistische Signifikanz, Effekte, Alpha- und Beta-Fehler
- Datenerhebungsmethoden im Detail: Fragebogen, Befragung, Umgang mit Skalen und Ratings

Literaturhinweise:

- Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler (4. Auflage). Berlin: Springer.
- Mitchell, M. & Jolley, J. (2001). Research design explained (4. edition). Fort Worth: Harcourt College Publishers.

Lehrvoraussetzungen:

keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele:

Die Studierenden erhalten einen breiten Überblick über die unterschiedlichen Denkansätze und methodischen Zugänge, die das Fach Wirtschaftspsychologie prägen. Die Studierenden kennen nach Besuch der Veranstaltung 'Der empirische Ansatz der Wirtschaftspsychologie' das empirisch-datengesteuerte und dabei eher individuumszentrierte Selbstverständnis der Psychologie und Beispiele verschiedener Untersuchungs- und Datenerhebungsmethoden.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Seminar Unternehmensführung

WP02 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 6 von 152

Modul WP02 Seminar Unternehmensführung

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units

1. Unternehmensführung
2. Präsentationstechniken und Teamarbeit

In der Unit Unternehmensführung erhalten die Studierenden einen detaillierten Überblick über die Aufgaben und Instrumente des Managements von Unternehmen auf den verschiedenen Führungsebenen. Einige dieser Instrumente werden dann von den Studierenden selbst im Rahmen der Veranstaltung Präsentationstechnik und Teamarbeit unter Anleitung erarbeitet und präsentiert.

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die konstituierenden Elemente, die wichtigsten Instrumente sowie gängige Konzepte der Unternehmensführung und des strategischen und operativen Managements und können diese unter Berücksichtigung unterschiedlicher Maßstäbe bewerten und auswählen. Zudem verfügen Sie über spezialisierte Kenntnisse auf dem Gebiet der Präsentationstechniken und sind in der Lage, einen thematisch vorgegebenen Kurzvortrag selbstständig zu planen, zu erarbeiten und unter Berücksichtigung der Präsentationstechniken vorzutragen. Die Studierenden verfügen über Kernkompetenzen, die sie auch befähigen, die Studienzeit teamorientiert und effizienter zu durchleben und die folgenden Präsentationen optimal zu gestalten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbstständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulbeschreibung - Seminar Unternehmensführung

WP02 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 7 von 152

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Kaune

Prüfungsform: 1. Unternehmensführung: Referat
2. Präsentationstechniken und Teamarbeit: Referat

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 11 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 58 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Keine Voraussetzungen notwendig

Modulbeschreibung - Seminar Unternehmensführung

WP02 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 8 von 152

Unit WP0201 Unternehmensführung

zugeordnet zu: Modul WP02

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Definitorische und konzeptionelle Grundlagen; Konnotationen des Organisationsbegriffs; Grundformen betrieblicher Aufbauorganisation; Determinanten effizienter Ablauforganisation; Arbeitsteilung, Koordination und Konfiguration; Elastizität und Stabilität; Modell des Organisationstetraeders; formale und informale Organisation; klassische Organisationstheorien (u.a. Bürokratietheorie, Scientific Management, soziotechnischer Ansatz, Systemtheorie); moderne Organisationstheorien (u.a. Prinzipal-Agent-Theorie, Verfügungsrechtstheorie, Transaktionskostentheorie); Organisationsentwicklung; aktuelle Organisationstendenzen

Literaturhinweise: Schreyögg, G., Koch, J. (2010). Grundlagen des Managements (2. Auflage). Wiesbaden: Gabler

Lehrvoraussetzungen: Keine Voraussetzungen notwendig.

Lehrziele: Die Studierenden kennen die Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre bzw. Organisationstheorie. Sie erlernen die betriebswirtschaftlichen Basiskonzepte und erhalten Einblicke in Nachbardisziplinen (z.B. Organisationspsychologie, Organisationssoziologie).

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Seminar Unternehmensführung

WP02 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 9 von 152

Unit WP0202 Präsentationstechniken+Teamarbeit

zugeordnet zu: Modul WP02

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Veranstaltung dient dem Kennenlernen und Einüben von technischen und rhetorischen Mitteln, wie sie in einer wissenschaftlichen Präsentation Anwendung finden. Kriterien einer konsistenten Inhaltsgestaltung werden vermittelt. Alle Präsentationen werden im Team von in der Regel drei Studierenden vorbereitet. Die Bedeutung der Teambildung und des Teammanagements sowie gruppendynamische Prozesse werden direkt erlebbar und reflektierbar und durch praktische Übungen zur Teamarbeit ergänzt.

Literaturhinweise: Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Lehrvoraussetzungen: keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele: Die Studierenden können eine wissenschaftliche Präsentation unter angemessenem Einsatz von technischen und rhetorischen Mitteln, inhaltlich konsistent aufbereitet, durchführen. Sie erwerben damit die Grundlagen für eine Vielzahl von Präsentationen während des Studiums und im späteren Berufsleben. Die Studierenden kennen fördernde und hemmende Faktoren der Teamarbeit in Theorie und Praxis sowie die Bedeutung der Teambildung und die Möglichkeiten des Teammanagements.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Wirtschaftsmathematik

WP03 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 10 von 152

Modul WP03 Wirtschaftsmathematik

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

- Wiederholung elementarer Grundlagen
- Lösen von Gleichungen und Ungleichungen
- Lineare Gleichungssysteme und Matrizen
- Lineare Optimierung
- Folgen, Reihen, Grenzwerte
- Differentialrechnung für Funktionen mit einer und mehreren Veränderlichen

Literaturhinweise:

Purkert, W. (2014): Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Wiesbaden

Schwarze, J. (2015): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die Grundlagen und Methoden der Wirtschaftsmathematik. Vor dem Hintergrund einer komplexen Problemstellung aus den Bereichen BWL und VWL sind Sie in der Lage selbständig die geeignete Methode auszuwählen und eine Lösung zu erarbeiten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Wiese

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Wirtschaftsmathematik

WP03 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 11 von 152

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt.
Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 31 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 38 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Notwendige Voraussetzungen: Grundkurs Mathematik im Abitur

Empfohlene Voraussetzungen: Leistungskurs Mathematik im Abitur

Modulbeschreibung - Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik

WP04 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 12 von 152

Modul WP04 Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

889 Wirt.-Ing.-Ang.Autom.(BA), 1. Fachsemester

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 5

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units

1. Textkompetenz
2. Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik 1
3. Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik 2

Textkompetenz:

- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur - sowohl als Leser als auch als Autor
- Abfassen empirischer Berichte
- Einführung in den wissenschaftlichen "Jargon" und die formalen Erfordernisse wissenschaftlicher Texte
- Betreutes Abfassen eines eigenen Berichts

Einführung in die zentralen Fragestellungen und Befunde der Differentiellen Psychologie:

- Die wichtigsten Paradigmen in der Persönlichkeitspsychologie: Psychoanalyse, Behaviorismus, Eigenschaftsansatz und Informationsverarbeitungs-Ansatz
- Methoden der Persönlichkeitspsychologie
- Klassifikationsansätze der Persönlichkeit
- Fähigkeits- und Leistungsunterschiede: vor allem Intelligenz, zudem: Kreativität, Aufmerksamkeit und Belastbarkeit
- weitere Dimensionen der Unterschiedlichkeit: Temperament, Bewältigungsstile, Kontrollüberzeugungen, Einstellungen und Werthaltungen, Selbstwert
- Geschlechtsunterschiede

Einführung in die psychologische Diagnostik:

- Was ist ein Test?
- Testmodelle
- Testkonstruktion
- Gütekriterien eines Tests
- klassische Testtheorie (Vertrauensintervalle, Erwartungsbereiche, kritische Differenzen)
- Beispiele diagnostischer Verfahren (Leistungstests, Persönlichkeitstests und projektive Verfahren, im Einzelfall mit Durchführung)

Modulbeschreibung - Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik

WP04 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 13 von 152

Literaturhinweise: Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele: Die Studierenden kennen die Grundmuster eines differentialpsychologischen Blickwinkels in der Psychologie. Sie wissen, wie Personunterschiede in der Psychologie erforscht werden und welche Ergebnisse diese Forschung bislang erbracht hat. Sie wissen in den Grundzügen, wie Personunterschiede diagnostiziert werden und welche Gütekriterien an Tests und Messverfahren angelegt werden. Sie verfügen über die Fähigkeit des konzeptuellen Denkens und sind vertraut mit der Anwendung ausgewählter empirischer Methoden (z.B. Anwendungsgebiete der Faktorenanalyse). Weiterhin sind sie in der Lage wissenschaftliche Kurzpräsentationen zu Themen der Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik zu erstellen und vorzustellen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbstständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker

Prüfungsform:

1. Textkompetenz: Hausarbeit (Studienleistung)
2. Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik 1: Hausarbeit
3. Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik 2: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:
Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 70 h
Vor- und Nachbereitung: 10 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 14 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 20
Sonstiges: 11 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: notwendige Voraussetzungen: Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie
empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine Psychologie 1

Modulbeschreibung - Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik

WP04 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 14 von 152

Unit WP0401 Textkompetenz

zugeordnet zu: Modul WP04

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 1

Lehrinhalte:

- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur - sowohl als Leser als auch als Autor
- Abfassen empirischer Berichte
- Einführung in den wissenschaftlichen "Jargon" und die formalen Erfordernisse wissenschaftlicher Texte
- Betreutes Abfassen eines eigenen Berichts

Literaturhinweise:

- Bem, D. J. (2002). Writing the empirical journal article. In J. M. Darley, M. P. Zanna & H. L. Roediger III (Eds.), *The compleat academic. A career guide* (pp. 1-26). Washington, DC: American Psychological Association.
- Deutsche Gesellschaft für Psychologie (1997). *Richtlinien zur Manuskriptgestaltung* (2. überarbeitete und erweiterte Auflage). Göttingen: Hogrefe.
- Mitchell, M. & Jolley, J. (2001). *Research design explained* (4. edition). Fort Worth: Harcourt College Publishers.
- Rosnow, R. L. & Rosnow, M. (2001). *Writing papers in psychology. A student guide* (5. edition). Belmont, CA: Wadsworth.

Lehrvoraussetzungen: keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele:

Die Studierenden beherrschen Theorie und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, selbständig empirisch-wissenschaftliche Projekte nach den Regeln der Kunst zu planen, durchzuführen, auszuwerten und zu dokumentieren. Sie können wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten. Sie kennen die empirischwissenschaftlichen Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden, wissen, wann welche Methode angezeigt ist und können die Datenerhebungsinstrumente dem Zweck entsprechend entwickeln.

Prüfungsform: Hausarbeit

Modulbeschreibung - Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik

WP04 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 15 von 152

Unit WP0402 Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik 1

zugeordnet zu: Modul WP04

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Einführung in die zentralen Fragestellungen und Befunde der Differentiellen Psychologie:

- Die wichtigsten Paradigmen in der Persönlichkeitspsychologie: Psychoanalyse, Behaviorismus, Eigenschaftsansatz und Informationsverarbeitungs-Ansatz
- Methoden der Persönlichkeitspsychologie
- Klassifikationsansätze der Persönlichkeit
- Fähigkeits- und Leistungsunterschiede: vor allem Intelligenz, zudem: Kreativität, Aufmerksamkeit und Belastbarkeit
- weitere Dimensionen der Unterschiedlichkeit: Temperament, Bewältigungsstile, Kontrollüberzeugungen, Einstellungen und Werthaltungen, Selbstwert
- Geschlechtsunterschiede

Literaturhinweise:

- Amelang, M. & Bartussek, D. (2001). Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung (5. Auflage). Stuttgart: Kohlhammer.
- Asendorpf, J. B. (2004). Psychologie der Persönlichkeit. (3. Auflage). Berlin: Springer.
- Funder, D. C. (2001). The personality puzzle (2. edition). New York: Norton & Company.
- Funke, J. & Vaterrodt-Plünnecke, B. (2004). Was ist Intelligenz? (2. Auflage). München: Beck.

Lehrvoraussetzungen:

siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die Grundmuster eines differentialpsychologischen Blickwinkels in der Psychologie. Sie wissen, wie Personunterschiede in der Psychologie erforscht werden und welche Ergebnisse diese Forschung bislang erbracht hat. Sie wissen (in den Grundzügen), wie Personunterschiede diagnostiziert werden und welche Gütekriterien an Tests und Messverfahren angelegt werden.

Prüfungsform:

Hausarbeit

Modulbeschreibung - Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik

WP04 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 16 von 152

Unit WP0403 Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik 2

zugeordnet zu: Modul WP04

Fachsemester: 1

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Einführung in die psychologische Diagnostik:

- Was ist ein Test?
- Testmodelle
- Testkonstruktion
- Gütekriterien eines Tests
- klassische Testtheorie (Vertrauensintervalle, Erwartungsbereiche, kritische Differenzen)
- Beispiele diagnostischer Verfahren (Leistungstests, Persönlichkeitstests und projektive Verfahren, im Einzelfall mit Durchführung)

Literaturhinweise:

- Aiken, L. R. (1999). Personality Assessment (3rd rev. Ed.). Seattle: Hogrefe & Huber Publishers.
- Amelang, M. & Zielinski, W. (2002). Psychologische Diagnostik und Intervention (3. Auflage). Berlin: Springer.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler (4. Auflage). Berlin: Springer.
- Hossiep, R., Paschen, M. & Mühlhaus, O. (2000). Persönlichkeitstests im Personalmanagement. Grundlagen, Instrumente und Anwendungen. Göttingen: Verlag für Angewandte Psychologie.
- Rost, J. (2004). Lehrbuch Testtheorie Testkonstruktion (2. Auflage). Bern: Huber.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden kennen die Grundmuster eines differentialpsychologischen Blickwinkels in der Psychologie. Sie wissen, wie Personunterschiede in der Psychologie erforscht werden und welche Ergebnisse diese Forschung bislang erbracht hat. Sie wissen (in den Grundzügen), wie Personunterschiede diagnostiziert werden und welche Gütekriterien an Tests und Messverfahren angelegt werden.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Allgemeine Psychologie

WP05 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 17 von 152

Modul WP05 Allgemeine Psychologie

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

1. Einführung in die Kognitive Psychologie, insbesondere Wahrnehmung, Lernen und Gedächtnis.

Inhalte:

- Psychophysik (absolute Reizschwelle und Unterschiedsschwelle, Methoden der Schwellenbestimmung)
- Signalentdeckungstheorie
- Gestaltpsychologie
- Klassisches Konditionieren
- Operantes Konditionieren
- Modell-Lernen
- Speichermodell des Gedächtnisses, Modell des Arbeitsspeichers, Modell der Verarbeitungstiefe
- Modelle des Langzeitspeichers, Theorien des Vergessens
- Abruf aus dem Langzeitspeicher, Gedächtnisverzerrungen

2. Einführung in die Denk-, Motivations- und Emotionspsychologie:

Motivationspsychologie:

- Inhaltsmodelle der Motivation, Motive als Dispositionen, physiologische Grundlagen der Motivation, Leistungs-, Macht- und Anschlussmotiv
- Prozessmodelle der Motivation, regulative Funktionen der Motivation, Homöostase
- Modelle der Motivation, Erwartungs-Wert-Modell

Emotionspsychologie:

- physiologische, konzeptuelle und Verhaltensaspekte, Modelle zur Emotionsentstehung und Emotionsregulation

Literaturhinweise:

- Anderson, J. R. (2007). Kognitive Psychologie (6. Auflage). Heidelberg: Spektrum.
- Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2015). Cognitive Psychology, seventh edition. Hove, East Sussex: Psychology Press.
- Müsseler, J. & Prinz, W. (Hrsg.). (2015). Lehrbuch Allgemeine Psychologie (2. Auflage). Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.

Modulbeschreibung - Allgemeine Psychologie

WP05 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 18 von 152

- Rothermund, K. (2011). Emotion. In A. Schütz, H. Selg, M. Brand & S. Lautenbacher (Eds.), Psychologie: Eine Einführung in ihre Grundlagen und Anwendungsfelder (5. Auflage). Stuttgart.

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse aus den Bereichen der Allgemeinen Psychologie, also menschliche Wahrnehmung, Lernen, Gedächtnis, Denken und Problemlösen, Motivation und Emotion. Sie kennen die Modelle im Bereich der kognitiven sowie der Motivations- und Emotionspsychologie im Grundsatz und sind in der Lage, geeignete Methoden für spezielle wissenschaftliche Fragen auszuwählen und einzusetzen. Darüber hinaus kennen sie die (methodischen) Grenzen der Methoden.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Felser

Prüfungsform:

Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 32 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 37 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

keine Voraussetzungen notwendig

Modulbeschreibung - Professionelles Englisch I

WP06 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 19 von 152

Modul WP06 Professionelles Englisch I

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

Fachsemester:	1
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Um das Lernergebnis zu erreichen, sollen die Studierenden mit einer breiten Palette von Lesestrategien vertraut gemacht werden, die das Verstehen von Texten mit komplexen und abstrakten Inhalten erleichtern. Dabei sollen sie die strukturellen Charakteristika von Fachtexten (englischsprachige Lehrbücher und Fachartikel aus Fachzeitschriften) kennen lernen und sich die Kernlexika für Psychologie und Personalwesen aneignen. Für die folgenden Teilgebiete der Wirtschaft werden die Studierenden sprachlich vorbereitet:

- Lernpsychologie
- Persönlichkeitspsychologie
- Kognitive Psychologie
- Sozialpsychologie
- Arbeits- und Organisationspsychologie

Literaturhinweise:

Ausgewählte Texte zur Psychologie

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage, komplexe wirtschaftliche Sachverhalte auf Englisch zu kommunizieren und können sowohl fachbezogene Vorträge und Vorlesungen, als auch Texte komplexer Argumentation und abstrakten Inhalts verstehen. Sie sind in der Lage, aktiv an Diskussionen zu vertrauten Themen teilnehmen zu können. Die Studierenden kennen eine breite Palette von Lesestrategien, die das Verstehen von Texten mit komplexen und abstrakten Inhalten erleichtern. Sie sind mit den strukturellen Charakteristika von Fachtexten (englischsprachige Lehrbücher und Fachartikeln aus Fachzeitschriften) vertraut und verfügen über einen Kernwortschatz im Bereich Psychologie und Personalwesen an. Hinsichtlich des Lesens fachspezifischer Texte (Psychologie/ Personalwesen) entspricht Ihr Kompetenzniveau nach Abschluss des Moduls dem Niveau B2 des europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Daneben verfügen die Studierenden über andere Sprachfertigkeiten (Sprechen, verstehendes Hören, Schreiben) innerhalb eines fachlichen Kontextes.

Das Modul vermittelt überwiegend:

Modulbeschreibung - Professionelles Englisch I

WP06 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 20 von 152

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Cowan

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 35 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 34 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Beim Lesen von Texten mit allgemeinen Inhalten wird ein Niveau von B0 (europäischer Referenzrahmen für Sprachen) schon vorausgesetzt.

Modulbeschreibung - Wirtschaftsrecht

WP07 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 21 von 152

Modul WP07 Wirtschaftsrecht

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

- Überblick über die Rechtsordnung
- Privatautonomie und Vertragsfreiheit
- Allgemeiner Teil des BGB (Vertragsschluss, Geschäftsfähigkeit, Stellvertretung, Verjährung)
- Subsumtionstechnik
- Schuldrecht (Leistungsstörungen, Vertragsarten, Allgemeine Geschäftsbedingungen, gesetzliche Schuldverhältnisse)
- Verbraucherschutzregeln im BGB (Haustürgeschäfte, Fernabsatz)
- Grundzüge des Handelsrechts (Kaufmannsbegriff, Handelsregister, Firma)
- Überblick Sachenrecht

Literaturhinweise:

- Führich, Wirtschaftsprivatrecht, 12. Auflage 2014
- Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, 18. Auflage 2015

Lehrziele:

Die Studierenden erhalten einen problemorientierten Zugang zu den Grundfragen des bürgerlichen Rechts und des Handelsrechts. Sie beherrschen die Subsumtionstechnik, können diese anwenden und sind in der Lage, einfache zivilrechtliche Fälle selbständig zu lösen. Sie sind in der Lage, die erlernten Kenntnisse auf fremde Sachverhalte und fremde gesetzliche Bestimmungen zu übertragen. Bei komplexeren Fällen können die Studierenden das juristische Kernproblem des Falles herausarbeiten. Zudem kennen sie die Besonderheiten im Zusammenhang von Rechtsgeschäften mit Kaufleuten und mit Verbrauchern.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen:
- Fallstudien
- Sonstiges: Praxisbeispiele

Modulbeschreibung - Wirtschaftsrecht

WP07 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 22 von 152

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lammich

Prüfungsform: Klausur 120 min

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt.
Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:
Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 37 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 32 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Keine Voraussetzungen notwendig

Modulbeschreibung - Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

WP08 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 23 von 152

Modul WP08 Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

Fachsemester:	2
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units

1. Einführung VWL
2. Organisation.

- Theoretische Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre
- Differenzierung und Koordination als Grundaufgabe
- Instrumente zur Datenbeschaffung
- Analyse und Darstellung organisationsrelevanter Sachverhalte
- Einführung, übergreifende Aspekte: Homo oeconomicus, Transformationskurve, Opportunitätskosten, Vollkommener Wettbewerb, Marktversagen
- Einzelwirtschaftliche Entscheidungen: Grenznutzen, Gewinnmaximierung bei Konkurrenz, Angebotsverhalten im Monopol
- Gesamtwirtschaftliche Phänomene: Wirtschaftskreislauf, Arbeitsmarkt und Arbeitslosigkeit, Multiplikatorprozess

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der betriebs- und volkswirtschaftlichen Zusammenhänge. Sie kennen grundlegende Begriffe der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre und verstehen einfache Wechselwirkungen zwischen betriebswirtschaftlichen Entscheidungen und deren volkswirtschaftlichen Konsequenzen. Sie haben ein vertieftes Verständnis für die konstituierenden Elemente der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre und deren Berührungspunkten zu volkswirtschaftlichen Fragestellungen. Durch die mikroökonomisch ausgerichtete Einführung in die Volkswirtschaftslehre kennen sie den ökonomischen Denkansatz als einen alternativen Zugangsweg zum Verständnis von menschlichem Verhalten insbesondere im wirtschaftlichen Kontext. Sie kennen Gründe für das Versagen von Märkten. Sie haben die Fähigkeit, einfache Probleme mit betriebs- und volkswirtschaftlichen

Das Modul vermittelt überwiegend:

Modulbeschreibung - Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

WP08 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 24 von 152

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lorenz

Prüfungsform: 1. Einführung VWL: Klausur 90 Minuten
2. Organisation: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 42,5 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 26,5 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine Voraussetzungen notwendig

Modulbeschreibung - Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

WP08 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 25 von 152

Unit WP0801 Einführung VWL

zugeordnet zu: Modul WP08

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Grundfragen der Volkswirtschaftslehre, übergreifende Aspekte: Homo oeconomicus, Transformationskurve, Opportunitätskosten, vollkommener Wettbewerb, Elastizitäten, Rentenkonzept.

Einzelwirtschaftliche Entscheidungen: Nachfrageentscheidungen der Haushalte, Gewinnmaximierung bei Konkurrenz, Angebotsverhalten im Monopol.

Literaturhinweise:

Grundlegend: Mankiw, N. G., Taylor, M. P., Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Vertiefend: Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L. Mikroökonomie. München: Pearson-Studium.

Ergänzend: Lorenz, W., Mikroökonomie für Dummies, Weinheim: Wiley.

Lehrvoraussetzungen: keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele:

Die Studierenden gewinnen einen Überblick über die Volkswirtschaftslehre und die Bedeutung ökonomischer Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln. Sie erkennen die Vorteilhaftigkeit arbeitsteiligen Wirtschaftens und die Funktionsweise des marktlichen Allokationsmechanismus. Sie beherrschen den Umgang mit dem Marktdiagramm als wichtigstem Instrument der volkswirtschaftlichen Analyse und sind in der Lage, wirtschaftspolitische Maßnahmen in ihren grundlegenden Auswirkungen auf einzelne Märkte abzuschätzen.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

WP08 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 26 von 152

Unit WP0802 Organisation

zugeordnet zu: Modul WP08

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Einführung und konzeptionelle Grundlagen
- Das Organisationsproblem: Arbeitsteilung und Koordination
- Strukturen in Organisationen: Aufbauorganisation
- Organisationsgestaltung in der Praxis
- Prozesse in Organisationen: Ablauforganisation
- Entwicklungslinien der Organisationstheorie
- Organisationen als Entscheidungssysteme
- Rationalität und Irrationalität in Entscheidungsprozessen
- Entscheidungsverhalten von Organisationen
- Neuere (strukturelle) Entwicklungen der Organisation
- Netzwerkorganisation und virtuelle Organisation
- Organisatorischer Wandel und Transformation

Literaturhinweise:

Schreyögg, G. / Geiger, D. (2015): Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Auflage, Wiesbaden: Gabler

Vahs, D. (2015): Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 9. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Lehrvoraussetzungen:

keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele:

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden:

- die zentralen Fragen der betrieblichen Organisation zu spezifizieren
- die grundlegenden Aspekte der Organisationsgestaltung zu unterscheiden
- die wesentlichen Aspekte der Steuerung organisatorischer Prozesse nachzuvollziehen
- die theoretische Fundierung organisatorischer Gestaltungsmaßnahmen zu erfassen
- die Struktur und den Ablauf organisatorischer Entscheidungsprozesse zu verstehen
- die aktuellen Entwicklungen in der Organisationspraxis kritisch zu reflektieren die spezifischen Herausforderungen organisationalen Wandels zu erkennen

Modulbeschreibung - Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen

WP08 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 27 von 152

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 1

WP09 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 28 von 152

Modul WP09 Wirtschaftspsychologische Methodik 1

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units
1. Methoden psychologischer Datenerfassung
2. Methoden der Datenauswertung

Lehrinhalte:

- Kennenlernen und Anwenden empirisch psychologischer Methoden (Datenerhebung, Versuchsplanung, Auswertung)
- Durchführung einer eigenen Studie (Planung empirischer Studien, Stichprobenziehung, Untersuchungsdesigns (z.B. Messwiederholungsdesigns))
- Weitere Methoden der Datenerhebung (Interview, Inhaltsanalyse und Beobachtungsmethoden, (Beobachtungssysteme, Beobachterübereinstimmung, Beobachtungsarten))
- Gütekriterien von Messungen, Messfehler (errors und biases)
- Aufforderungscharakter empirischer Untersuchungen (interne und externe Validität)
- Kombinatorik
- Wahrscheinlichkeitsrechnung
- Zufallsvariablen und ihre Verteilungen
- Schätzen von Parametern
- Testen von Hypothesen

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden beherrschen Theorie und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, selbständig empirisch-wissenschaftliche Projekte nach den Regeln der Kunst zu planen. Sie können eigenständig wissenschaftliche Literatur recherchieren und im Hinblick auf eine eigene empirische Untersuchung - also insbesondere in Bezug auf Theorie und die eingesetzten Erhebungsmethoden - einordnen und bewerten sowie für die eigenen Forschungszwecke nutzen. Sie kennen die empirisch-wissenschaftlichen Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden, wissen, wann welche Methode angezeigt ist und können die Datenerhebungsinstrumente dem Zweck

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 1

WP09 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 29 von 152

entsprechend entwickeln. Darüber hinaus beherrschen sie grundlegende Begriffe der Forschungsmethodik und sind sensibel für Probleme des Messens und der Datenerhebung Sie verfügen über Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Anwendung elementarer mathematisch-statistischer Methoden. Die Studierenden können unter Anleitung eine eigene empirische Studie planen, insbesondere einen methodischen Ansatz und angemessene Maße entwickeln und durchführen. Sie beherrschen grundlegende deskriptive und inferenzstatistische Techniken der Auswertung.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbstständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Felser

Prüfungsform: 1. Methoden psychologischer Datenerfassung: Studienleistung
2. Methoden der Datenauswertung: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 35 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 11 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 23 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: notwendige Voraussetzungen: Wirtschaftspsychologische Grundlagen, Grundkurs Mathematik im Abitur
empfohlene Voraussetzungen: Leistungskurs Mathematik im Abitur

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 1

WP09 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 30 von 152

Unit WP0901 Methoden psychologischer Datenerfassung

zugeordnet zu: Modul WP09

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Kennenlernen und Anwenden empirisch psychologischer Methoden (Datenerhebung, Versuchsplanung, Auswertung)
- Durchführung einer eigenen Studie (Planung empirischer Studien, Stichprobenziehung, Untersuchungsdesigns (z.B. Messwiederholungsdesigns, lateinische Quadrate))
- Weitere Methoden der Datenerhebung (Interview, Inhaltsanalyse und Beobachtungsmethoden (Beobachtungssysteme, Beobachterübereinstimmung, Beobachtungsarten))
- Gütekriterien von Messungen, Messfehler (errors und biases)
- Aufforderungscharakter empirischer Untersuchungen (interne und externe Validität)

Literaturhinweise:

- Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler (4. Auflage). Berlin: Springer.
- Mitchell, M. & Jolley, J. (2012). Research design explained (8. edition). Fort Worth: Harcourt College Publishers.

Lehrvoraussetzungen:

notwendige Voraussetzungen:

- Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie

empfohlene Voraussetzungen:

- Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie

Lehrziele:

Die Studierenden beherrschen Theorie und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, selbständig empirisch-wissenschaftliche Projekte nach den Regeln der Kunst zu planen, durchzuführen, auszuwerten und zu dokumentieren. Sie können wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten. Sie kennen die empirischwissenschaftlichen Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden, wissen, wann welche Methode angezeigt ist und können die Datenerhebungsinstrumente dem Zweck entsprechend entwickeln.

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 1

WP09 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 31 von 152

Unit WP0902 Methoden der Datenauswertung

zugeordnet zu: Modul WP09

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Kombinatorik
- Wahrscheinlichkeitsrechnung
- Zufallsvariablen und ihre Verteilungen
- Schätzen von Parametern
- Testen von Hypothesen

Literaturhinweise: Lammers, F. (2006). Statistik II (2. Auflage). GUC-Verlag.

Lehrvoraussetzungen:

notwendige Voraussetzungen:

- Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie

empfohlene Voraussetzungen:

- Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie

Lehrziele:

Entwicklung von Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Anwendung elementarer mathematisch-statistischer Methoden:

- Wahrscheinlichkeitsrechnung
- Kombinatorik
- Intervallschätzungen und statistische Tests

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Unternehmensfinanzierung

WP10 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 32 von 152

Modul WP10 Unternehmensfinanzierung

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

800 TM (dual), 3. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units

1. Einführung Unternehmensfinanzierung
2. Finanzmathematik mit MS-Excel.

Lehrinhalte:

- Instrumente der externen und internen Eigen- und Fremdfinanzierung
- Traditionelle und moderne Finanzierungsregeln
- Finanzwirtschaftliches Gleichgewicht
- Leverage-Effekt
- Optimaler Verschuldungsgrad und optimale Liquidität
- Effektivverzinsung von kurz- und langfristigen Finanzierungsinstrumenten
- Inhalt und Aussagemöglichkeiten ausgewählter dynamischer Investitionsrechenverfahren: Kapitalwert, interner Zinssatz, Annuitätenmethode
- Modelle der Zinsrechnung, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung auf Basis von MS-Excel

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden kennen den grundlegenden Aufbau des Jahresabschlusses von Unternehmen unterschiedlicher Rechtsformen. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Eigen- und Fremdfinanzierung sowie die Kapitalwertmethode und die interne Zinsfußmethode. Sie sind in der Lage, eigenständig einfache Aufgabenstellungen der Finanzierung und der Investitionsrechnung zu lösen. Darüber hinaus sind sie befähigt, typische Grundaufgaben der Finanzmathematik, welche für Entscheidungen im Bereich der Unternehmensfinanzierung und Investitionsrechnung benötigt werden, mit den Mitteln von MS-Excel zu modellieren und zu lösen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

Modulbeschreibung - Unternehmensfinanzierung

WP10 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 33 von 152

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Angermüller

Prüfungsform: 1. Einführung Unternehmensfinanzierung: Klausur 90 Minuten
2. Finanzmathematik mit MS-Excel: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt.
Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 41 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 28 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Notwendige Voraussetzungen: Sichere Kenntnisse in der Anwendung der Prozentrechnung, der Potenzrechnung sowie im Umgang mit Folgen und Reihen.

Empfohlene Voraussetzungen: Grundfertigkeiten im Umgang mit MS-Excel

Modulbeschreibung - Unternehmensfinanzierung

WP10 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 34 von 152

Unit WP1001 Einführung Unternehmensfinanzierung

zugeordnet zu: Modul WP10

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Instrumente der externen und internen Eigen- und Fremdfinanzierung - Traditionelle und moderne Finanzierungsregeln
- Leverage-Effekt
- Optimaler Verschuldungsgrad und optimale Liquidität
- Effektivverzinsung von kurz- und langfristigen Finanzierungsinstrumenten
- Inhalt und Aussagemöglichkeiten ausgewählter dynamischer Investitionsrechenverfahren: Kapitalwert, interner und realer Zinssatz

Literaturhinweise:

- Blohm, Lüder. Investition. München.
- Däumler. Grundlagen von Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen. Herne, Berlin.
- Däumler. Betriebliche Finanzwirtschaft. Herne, Berlin.
- Jahrmann. Finanzierung. Herne, Berlin.
- Kruschwitz. Investitionsrechnung. Berlin.
- Olfert. Investition. Ludwigshafen.
- Perridon, Steiner. Finanzwirtschaft der Unternehmung. München.
- Wöhe, Bielstein. Unternehmensfinanzierung. München

Lehrvoraussetzungen: Siehe Modulebene

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse über die Unterschiede von Eigen- und Fremdkapital sowie der Eigenkapitalbeschaffung in den einzelnen Unternehmensformen insbesondere in Aktiengesellschaften. Sie sind in der Lage, die Effektivkosten von kurz- und langfristigen Krediten zu ermitteln. Die Bedeutung und die einzelnen Möglichkeiten der Innenfinanzierung sind bekannt. Die Studierenden sind in der Lage, über die absolute und relative Akzeptanz von Investitionen unter Sicherheit zu entscheiden. Dabei können sie Investitionen mit unterschiedlicher Nutzungsdauer und unterschiedlichen Investitionskosten mit Hilfe der Kapitalwertmethode miteinander vergleichen. Sie können die unterschiedlichen Ergebnisse der einzelnen Rechenverfahren bewerten und hinsichtlich ihres Aussagewertes einschätzen.

Modulbeschreibung - Unternehmensfinanzierung

WP10 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 35 von 152

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Unternehmensfinanzierung

WP10 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 36 von 152

Unit WP1002 Finanzmathematik mit MS-Excel

zugeordnet zu: Modul WP10

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Einfache Modelle der Zinsrechnung, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung auf Basis von MS-Excel.

Literaturhinweise:

- Bosch, K. Finanzmathematik. Oldenbourg.
- Fröhlich, G.-H. Themenhefte Finanzmathematik. HS-Harz.
- Locarek-Junge, H. Finanzmathematik. Oldenbourg.
- Pfeifer, A. Praktische Finanzmathematik. Harry-Deutsch.
- Renger, K. Finanzmathematik mit Excel. Gabler.
- Tietze, J. Einführung in die Finanzmathematik. Vieweg.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulebene

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über Kenntnisse der Finanzmathematik in Form einfacher Lösungsansätze der Zins-, Renten- und Tilgungsrechnung. Sie sind in der Lage, solche finanzmathematischen Problemstellungen mit der Tabellenkalkulation MS-Excel zu lösen.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 2

WP11 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 37 von 152

Modul WP11 Wirtschaftspsychologische Methodik 2

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 1. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units

1. Durchführung empirischer Untersuchungen
2. Psychologische Testtheorie und Konstruktion

- Umgang mit wissenschaftlicher Literatur - sowohl als Leser als auch als Autor
- Einführung in den wissenschaftlichen "Jargon" und die formalen Erfordernisse wissenschaftlicher Texte
- Betreutes Abfassen eines eigenen empirischen Berichts
Anwendung psychologischer Methoden der Datenaufbereitung und Auswertung, Durchführung einer eigenen Studie:
- Deskriptive versus inferenzstatistische Forschung
- Auswertung und Interpretation von Daten (Mittelwertvergleiche, Interaktion, Veränderungsmessung, Interpretation von Korrelationen etc.)
- Umgang mit qualitativen Daten
- Evaluationsforschung
- Präsentation einer eigenen Studie

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage, selbständig empirischwissenschaftliche Projekte durchzuführen, auszuwerten und zu dokumentieren. Sie können wissenschaftliche Literatur kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten. Sie kennen die empirisch-wissenschaftlichen Auswertungsmethoden, können sie anwenden und die Ergebnisse korrekt interpretieren. Sie sind in der Lage, einen wissenschaftlichen Bericht zu verfassen, der sowohl in der Art der inhaltlichen als auch der formalen Darstellung den Kriterien des Faches entspricht. Die Studierenden beherrschen fortgeschrittene Begriffe der Forschungsmethodik und sind in der Lage, auch komplexere Datenmuster zu interpretieren. Darüber hinaus sind sie in der Lage eigenständig verständliche, wissenschaftlich fundierte und formal korrekte Berichte zu verfassen.

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 2

WP11 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 38 von 152

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbstständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Felser

Prüfungsform: 1. Durchführung empirischer Untersuchungen: Studienleistung
2. Psychologische Testtheorie und Konstruktion: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 33 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 36 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Wirtschaftspsychologische Grundlagen und Wirtschaftspsychologische Methodik 1

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 2

WP11 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 39 von 152

Unit WP1101 Durchführung empirischer Untersuchungen 1

zugeordnet zu: Modul WP11

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Anwendung psychologischer Methoden der Versuchsplanung und -durchführung in einer eigenen Studie.

- Entwicklung einer Forschungsfrage
- Recherche zur eigenen Forschungsfrage
- Umsetzung einer theoretischen Idee in einen Versuchsplan.
- Deskriptive versus inferenzstatistische Forschung
- Umgang mit qualitativen Daten
- Evaluationsforschung

Literaturhinweise:

- Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler (4. th ed.)*. Heidelberg: Springer Medizinverlag.
- Field, A., & Hole, G. J. (2005). *How to Design and Report Experiments*. London: SAGE Publications.
- Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2013). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften: Für Bachelor (2nd ed.)*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Jordan, C. H., & Zanna, M. P. (2003). Appendix: How to read a journal article in social psychology. In L. L. Thompson (Ed.), *The Social Psychology of Organizational Behavior* (pp. 419-428). New York: Psychology Press.
- Mitchell, M. L., & Jolley, J. M. (2010). *Research Design Explained (7th ed.)*. Belmont, CA, USA: Wadsworth

Lehrvoraussetzungen: notwendige Voraussetzungen:

- Methoden psychologischer Datenerfassung
- Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie
- Methoden der Datenauswertung

Lehrziele: Die Studierenden beherrschen Theorie und Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, selbständig empirisch-wissenschaftliche Projekte nach den Regeln der Kunst zu planen und durchzuführen. Sie können wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten. Sie kennen die empirisch-wissenschaftlichen Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden, wissen, wann welche

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 2

WP11 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 40 von 152

Methode angezeigt ist und können die Datenerhebungsinstrumente dem Zweck entsprechend entwickeln

Prüfungsform:

Studienleistung

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 2

WP11 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 41 von 152

Unit WP1102 Psychologische Testtheorie und Testkonstruktion

zugeordnet zu: Modul WP11

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Definition psychologischer Tests
- Deterministische und probabilistische Testmodelle
- Klassische Testtheorie, Standardmeßfehler, Erwartungsbereiche, Vertrauensintervalle und kritische Differenzen
- Prinzipien der Testkonstruktion, Itemanalyse
- Testnormen
- Psychologische Prinzipien der Itemformulierung

Literaturhinweise:

Bühner, M. (2006). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 2., aktualisierte Auflage*. München: Pearson.

Moosbrugger, H., & Kelava, A. (Hrsg.). (2012). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion, 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage*. Berlin: Springer.

Rost, J. (1996). *Lehrbuch Testtheorie Testkonstruktion*. Bern: Huber.

Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). *Psychologische Diagnostik, 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage*. Berlin: Springer.

Strack, F. (1994). *Zur Psychologie der standardisierten Befragung. Kognitive und kommunikative Prozesse*. Berlin: Springer.

Lehrvoraussetzungen:

Basiskonntnisse der Psychologie, insbesondere der Persönlichkeitspsychologie und der psychologischen Methodenlehre sowie der Statistik

Lehrziele:

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen die besonderen Anforderungen an psychologische Tests im Unterschied zu anderen Methoden der psychologischen Datenerhebung. Sie sind der Lage, die Qualität existierender Tests anhand von Gütekriterien zu bewerten. Darüber hinaus kennen sie wichtige Konstruktionsprinzipien von Tests. Sie kennen und beherrschen Regeln der Itemformulierung und wissen, auf welche psychologischen Prinzipien dabei Rücksicht genommen werden muß.

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 2

WP11 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 42 von 152

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen die Annahmen der klassischen Testtheorie und wissen, was aus diesen Annahmen für die Praxis folgt. Zudem kennen sie auch die wichtigsten Annahmen der Item-Response-Theorien.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Sozialpsychologie

WP12 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 43 von 152

Modul WP12 Sozialpsychologie

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den beiden Units

1. Sozialpsychologie 1
2. Sozialpsychologie 2

Sozialpsychologische Grundlagen und Vorgehensweisen der Wirtschaftspsychologie:

- Einstellung und Verhalten
- Rollen und Selbstkonzept
- Stereotype und Vorurteile
- Kooperation und Hilfeleistung
- Interaktion und Kommunikation
- Verbal, nonverbal
- Attraktion, Affiliation
- Soziale Wahrnehmung und Informationsverarbeitung
- Eindrucksbildung, Attribution
- Soziale Beeinflussung, Gruppe, Konformität, Führung, Macht, Teamentwicklung

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die sozialpsychologischen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie und können aus diesem Wissen Ableitungen für die praktische Anwendung machen (siehe Organisations-, Werbe- und Konsumpsychologie). Sie wissen, wie man in der Sozialpsychologie wissenschaftlich vorgeht, um Erkenntnisse zu gewinnen. Insbesondere sind sie in der Lage, sozialpsychologische Untersuchungen, auch englischsprachiger Art, zu verstehen, sie korrekt zu referieren, die Ergebnisse kritisch zu reflektieren und ihre Bedeutung für die praktische Anwendung zu beurteilen. Im Hinblick auf übergeordnete Schlüsselkompetenzen geht es darum, dass die Studierenden die Bedeutung von Feedback verstehen, die Regeln des Feedback kennen und in Feedbackgabe und -nahme geübt sind. Weiterhin sind sie in der Lage, wissenschaftliche Präsentationen und

Modulbeschreibung - Sozialpsychologie

WP12 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 44 von 152

Hausarbeiten auf Grundlage von Untersuchungen zu erstellen und präsentationstechnisch gut vorzustellen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbstständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Sonstiges: Feedbackgabe

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker

Prüfungsform: 1. Sozialpsychologie 1: Referat
2. Sozialpsychologie 2: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 36 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 13 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 20 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: empfohlene Voraussetzungen:
Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie, Allgemeine Psychologie

Modulbeschreibung - Sozialpsychologie

WP12 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 45 von 152

Unit WP1201 Sozialpsychologie 1

zugeordnet zu: Modul WP12

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Sozialpsychologische Grundlagen und Vorgehensweise der Wirtschaftspsychologie:

- Einstellung und Verhalten
- Rollen und Selbstkonzept
- Stereotype und Vorurteile
- Kooperation und Hilfeleistung
- Interaktion und Kommunikation
- Verbal, nonverbal
- Attraktion, Affiliation

Literaturhinweise:

- Bierhoff, H. W. (2006). Sozialpsychologie (6. Auflage). Kohlhammer.
- Forgas, J. P. (1999). Soziale Interaktion & Kommunikation. Psychologie Verlagsunion.
- Stroebe, W., Hewstone, M. & Stephenson, G. M. (1996). Sozialpsychologie. Springer.
- Kapitel zu Sozialpsychologie in: Zimbardo, P. G. & Gerrig, R. J. (2008). Psychologie (18. Auflage). Springer.

Aktuelle Literatur und Zeitschriftenartikel

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden kennen die sozialpsychologischen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie und können aus diesem Wissen Ableitungen für die praktische Anwendung machen (siehe Organisations- und Werbe- und Konsumpsychologie). Sie kennen die wissenschaftliche Vorgehensweise des Erkenntnisgewinns in der Sozialpsychologie.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Sozialpsychologie

WP12 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 46 von 152

Unit WP1202 Sozialpsychologie 2

zugeordnet zu: Modul WP12

Fachsemester: 2

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Sozialpsychologische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie:
- Soziale Wahrnehmung und Informationsverarbeitung
- Eindrucksbildung, Attribution
- Soziale Beeinflussung, Gruppe, Konformität, Führung, Macht, Teamentwicklung

Literaturhinweise: - Bierhoff, H. W. (2006). Sozialpsychologie (6. Auflage). Stuttgart. Kohlhammer.
- Forgas, J. P. (1999). Soziale Interaktion & Kommunikation. München: Psychologie Verlagsunion.
- Kunda, Z. (1999). Social cognition. Making sense of people. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Kapitel zu Sozialpsychologie in: Zimbardo, P. G. & Gerrig, R. J. (2008). Psychologie (18.Auflage). Berlin: Springer.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden kennen die sozialpsychologischen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie und können aus diesem Wissen Ableitungen für die praktische Anwendung machen (siehe Organisations- und Werbe- und Konsumpsychologie). Sie kennen die wissenschaftliche Vorgehensweise des Erkenntnisgewinns in der Sozialpsychologie.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 3

WP13 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 47 von 152

Modul WP13 Wirtschaftspsychologische Methodik 3

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 2. Fachsemester

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den beiden Units:

1. Diagnostische Verfahren
2. Durchführung empirischer Untersuchungen 2

- ausgewählte Auswertungsmethoden am Beispiel eigener Daten
- Umgang mit komplexen Versuchsplänen, Meßwiederholungsdesigns, Statistische Interaktion...
- Überblick über zentrale psychodiagnostische Verfahren
- Durchführung und Interpretation diagnostischer Verfahren

Literaturhinweise: Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten

Lehrziele: Die Studierenden kennen und beherrschen wichtige Anwendungen der wirtschaftspsychologischen Methodik, insbesondere:

- Auswertung und Berichtlegung von eigenen Forschungsdaten
- Durchführung und Interpretation von psychologischen Tests

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Sonstiges: Feedbackgabe, Betreuung bei Referaterstellung

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Georg Felser

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 3

WP13 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 48 von 152

Prüfungsform: 1. Diagnostische Verfahren: Klausur 90 Minuten
2. Durchführung empirischer Untersuchungen 2: Hausarbeit

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 28 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 25 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 16 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

- Persönlichkeitspsychologie
- Wirtschaftspsychologische Methodik 1 und 2 (insbesondere Testtheorie und Testkonstruktion)
- Statistik

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 3

WP13 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 49 von 152

Unit WP1301 Diagnostische Verfahren

zugeordnet zu: Modul WP13

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Die Veranstaltungen enthält zum großen Teil Einführungen in spezielle Verfahren sowie Übungen in ihrer Durchführung.

- Leistungsdiagnostik, insbesondere Intelligenz und Aufmerksamkeit/Belastbarkeit
- Persönlichkeitsdiagnostik

Diagnostische Verfahren in der wirtschaftspsychologischen Anwendung (z.B. Motivation, Berufsinteressen, implizite Einstellungen...)

Literaturhinweise:

Hossiep, R., & Mühlhaus, O. (2015). *Personalauswahl und -entwicklung mit Persönlichkeitstests (2., vollst. überarb. Aufl.)*. Göttingen: Hogrefe.

Rost, D. H. (2009). *Intelligenz. Fakten und Mythen*. Weinheim: Beltz.

Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). *Psychologische Diagnostik, 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage*. Berlin: Springer.

Hinzu kommen einzelne Tests bzw. deren Manuale, z.B. (Auswahl):

Amthauer, R. (2007). *Intelligenz-Struktur-Test IST 2000-R, zweite Auflage*. Göttingen: Hogrefe.

Borkenau, P., & Ostendorf, F. (1993). *NEO-Fünf-Faktoren Inventar (NEO-FFI) nach Costa & McCrae*. Göttingen: Hogrefe.

Schneewind, K. A., & Graf, J. (1998). *16 PF-R. Der 16-Persönlichkeitsfaktoren Test Revidierte Fassung*. Bern: Huber.

Hossiep, R., & Paschen, M. (1998). *Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP)*. Göttingen: Hogrefe.

Lehrvoraussetzungen:

- Persönlichkeitspsychologie
- Wirtschaftspsychologische Methodik 1 und 2 (insbesondere Testtheorie und Testkonstruktion)

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 3

WP13 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 50 von 152

- Statistik

Lehrziele:

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen zentrale Verfahren der psychologischen Diagnostik sowohl aus theoretischer Perspektive als auch in der Anwendung.

Dies bedeutet zum einen: Sie kennen die theoretischen Überlegungen, die den Verfahren zu Grunde liegen (z.B. bei verschiedenen Intelligenz- oder Persönlichkeitstests), und kennen weiterhin die Folgen, die diese Überlegungen für die Diagnostik haben.

Zum anderen sind sie in der Lage, psychologische Tests nach psychodiagnostischen Gütekriterien zu bewerten und Testauswertungen zu interpretieren.

Sie sind zudem geübt in der Durchführung von Tests sowohl in ihrer computergestützten also auch in ihrer "Papier-Bleistift"-Form.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 3

WP13 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 51 von 152

Unit WP1302 Durchführung empirischer Untersuchungen 2

zugeordnet zu: Modul WP13

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Anwendung psychologischer Methoden der Datenaufbereitung und Auswertung einer eigenen Studie
- Deskriptive versus inferenzstatistische Forschung
- Auswertung und Interpretation von Daten (Mittelwertsvergleiche, Interaktion, Veränderungsmessung, Interpretation von Korrelationen etc.)
- Präsentation einer eigenen Studie

Literaturhinweise:

Bem, D. J. (2002). Writing the empirical journal article. In J. M. Darley, M. P. Zanna & H. L. Roediger III (Eds.), *The compleat academic. A career guide* (pp. 1-26). Washington, DC: American Psychological Association.

Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation: für Human-und Sozialwissenschaftler (4.th ed.)*. Heidelberg: Springer Medizinverlag.

Field, A., & Hole, G. J. (2005). *How to Design and Report Experiments*. London: SAGE Publications.

Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2013). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften: Für Bachelor (2nd ed.)*. Berlin, Heidelberg: Springer.

Mitchell, M. L., & Jolley, J. M. (2010). *Research Design Explained (7th ed.)*. Belmont, CA, USA: Wadsworth

Rosnow, R. L., & Rosnow, M. (2001). *Writing papers in psychology. A student guide (fifth edition)*. Belmont, CA: Wadsworth.

Silvia, P. J. (2007). *How to Write a Lot: A Practical Guide to Productive Academic Writing*. Washington: APA.

Lehrvoraussetzungen:

notwendige Voraussetzungen:

- Wirtschaftspsychologische Grundlagen
- Wirtschaftspsychologische Methodik 1 und 2 (insbesondere Durchführung empirischer Untersuchungen 1)

Modulbeschreibung - Wirtschaftspsychologische Methodik 3

WP13 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 52 von 152

Lehrziele:

Die Studierenden sind in der Lage, selbständig empirisch-wissenschaftliche Projekte durchzuführen, auszuwerten und zu dokumentieren. Sie kennen die empirisch-wissenschaftlichen Auswertungsmethoden, können sie anwenden und die Ergebnisse korrekt interpretieren. Sie sind in der Lage, einen wissenschaftlichen Bericht zu verfassen, der sowohl in der Art der inhaltlichen als auch der formalen Darstellung den Kriterien für empirisch-wissenschaftliche Publikationen entspricht. Die Studierenden beherrschen fortgeschrittene Begriffe der Forschungsmethodik und sind in der Lage, auch komplexere Datenmuster zu interpretieren. Darüber hinaus sind sie in der Lage eigenständig verständliche, wissenschaftlich fundierte und formal korrekte Berichte zu verfassen.

Prüfungsform:

Hausarbeit

Modulbeschreibung - Marktforschung

WP14 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 53 von 152

Modul WP14 Marktforschung

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 4. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

878 Wirtschaftsinf.(BA), 6. Fachsemester

878 Wirtschaftsinf.(BA), 5. Fachsemester

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den beiden Units:

1. Softwaregestützte Datenanalyse
2. Quantitative Methoden

Das Modul vermittelt die Grundlagen statistischer Datenanalysen mit Hilfe der Inferenzstatistik und ist insofern eine Weiterführung der Grundlagenveranstaltung "Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie" und "Methoden der Datenauswertung". Ergänzend wird der Umgang mit einem leistungsstarken Statistikprogramm eingeübt, um Datensätze praxisrelevanter Größenordnungen analysieren zu können

Literaturhinweise: Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse des statistischen Schätzens und Testens und können einfache Datenanalysen aus dem Bereich der Marktforschung mit Hilfe eines Statistikprogramms rechnergestützt lösen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lammers

Modulbeschreibung - Marktforschung

WP14 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 54 von 152

Prüfungsform: 1. Softwaregestützte Datenanalyse: Studienleistung
2. Quantitative Methoden: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 32 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 17 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 20 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Lehrveranstaltungen: "Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie" und "Methoden der Datenauswertung"

Modulbeschreibung - Marktforschung

WP14 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 55 von 152

Unit WP1401 Softwaregestützte Datenanalyse

zugeordnet zu: Modul WP14

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Das Seminar vermittelt grundlegende Kenntnisse für den Umgang mit der Statistiksoftware SPSS, die anschließend in den weiteren Veranstaltungen zur Marktforschung benötigt werden. Es umfasst u.a. folgende Themen:

- Umgang mit dem Daten-Editor und dem SPSS-Viewer
- Aufbereitung von Datensätzen für nachfolgende Analysen
- Erstellung von Grafiken
- Deskriptive und explorative Datenanalyse
- Hypothesentests

Literaturhinweise:

- Brosius, F. (2013). *SPSS 21*. Heidelberg: mitp.
- Janssen, J. & Laatz, W. (2013). *Statistische Analyse mit SPSS für Windows* (8. Aufl.). Berlin: Springer.
- Bühner, M. & Ziegler, M. (2009). *Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler*. München: Pearson.

Lehrvoraussetzungen: Statistik

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse des statistischen Schätzens und Testens und können einfache Datenanalysen aus dem Bereich der Marktforschung mit Hilfe eines Statistikprogramms rechnergestützt lösen.

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Marktforschung

WP14 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 56 von 152

Unit WP1402 Quantitative Methoden

zugeordnet zu: Modul WP14

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die Vorlesung umfasst folgende Gebiete:

- Schätzverfahren/Konfidenzintervalle
- Testen von Unterschiedshypothesen
- Testen von Zusammenhangshypothesen
- Schätzen und Testen im linearen Regressionsmodell.

Literaturhinweise: - eigenes Skript
- Bühner, M. & Ziegler, M. (2009). *Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler*. München: Pearson.

Lehrvoraussetzungen: Lehrveranstaltungen: "Statistischer Ansatz in der Wirtschaftspsychologie" und "Methoden der Datenauswertung"

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse des statistischen Schätzens und Testens und können einfache Datenanalyseprobleme aus dem Bereich der Marktforschung selbstständig lösen.

Prüfungsform: Klausur 90 min

Modulbeschreibung - Arbeits- und Organisationspsychologie

WP15 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 57 von 152

Modul WP15 Arbeits- und Organisationspsychologie

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

Fachsemester:	3
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:	<ul style="list-style-type: none">- Grundlegende Konzepte der Organisationspsychologie und Menschenbilder- Arbeitspsychologie und Arbeitsplatzgestaltung- Organisationskultur, Sozialisation- Personalpsychologie: Führung, Motivation- Personalauswahl, Eignungsdiagnostik- Personalentwicklung- Organisationsdiagnose und -entwicklung- Neuere Entwicklungen wie e-learning, systemische Ansätze, diversity management, Zielvereinbarungen etc.
-------------	--

Literaturhinweise:	<ul style="list-style-type: none">- Schuler, H. (Hrsg) (2007). Lehrbuch der Personalpsychologie (4. Auflage). Göttingen: Hogrefe.- Schuler, H. (Hrsg.) (2007). Lehrbuch Organisationspsychologie . (3. Auflage). Bern: Huber.- Spieß, E. & Winterstein, H (1999). Verhalten in Organisationen. Stuttgart: Kohlhammer.- Rosenstiel, L. von, Regnet, E. & Domsch, M. (Hrsg.) (2003). Führung von Mitarbeitern. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. <p>Sowie aktuelle Literatur</p>
--------------------	---

Lehrziele:	<p>Die Studierenden kennen die Konzepte, Untersuchungsergebnisse und praktischen Vorgehensweisen der Organisationspsychologie. Sie sind in der Lage, praktische Probleme den organisationspsychologischen Bereichen zuzuordnen und anhand der vorliegenden Theorien und Untersuchungsergebnisse Lösungsansätze zu identifizieren und darauf aufbauend eigenständig Lösungen zu entwickeln.</p>
------------	--

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien

Modulbeschreibung - Arbeits- und Organisationspsychologie

WP15 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 58 von 152

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 33 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 36 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

- Wirtschaftspsychologische Methodik 1 + 2
- Allgemeine Psychologie
- Sozialpsychologie

Modulbeschreibung - Marketinggrundlagen

WP16 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 59 von 152

Modul WP16 Marketinggrundlagen

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 4. Fachsemester

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 5

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den beiden Units

1. Marketing
2. Softwaregestütztes Marketing.
 - Begrifflich-konzeptionelle Grundlagen
 - Konsumentenverhalten
 - Marktforschung
 - Marketingstrategien
 - Kommunikationspolitik
 - Produktpolitik
 - Preispolitik
 - Distributionspolitik und Vertriebsmanagement
 - Internetmarketing

Literaturhinweise: Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, Einführung in Theorie und Praxis. 4. völlig überarbeitete Aufl., Stuttgart 2009

Fritz, Wolfgang: Internet-Marketing und Electronic Commerce, 3. Auflage, Wiesbaden 2004

Hofbauer, Günter / Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, Erlangen 2009

Homburg, C.; Hohmer, H.: Marketingmanagement, Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 2. Aufl., Wiesbaden 2006

Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte- Instrumente - Praxisbeispiele, 10. Aufl., Wiesbaden 2008

Lehrziele: Die Studierenden können unter Anwendung des strategischen und operativen Instrumentariums des Marketing sowie auf der Grundlage der Erkenntnisse der Kaufverhaltensforschung und den Methoden der Marktforschung eine Marketing-

Modulbeschreibung - Marketinggrundlagen

WP16 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 60 von 152

Konzeption entwickeln. Sie verstehen die zentralen Begriffe und Konzepte des Marketing zu und sind in der Lage auf der Grundlage moderner Erkenntnisse der Kaufverhaltensforschung operative Marketingentscheidungen zu treffen. Die Studierenden kennen die Methoden der Primärforschung, können diese bewerten und auswählen und schließlich sinnvoll für konkrete Marketingentscheidungen einsetzen. Sie kennen die 4P des Marketing und können diese auf Marketingprozesse anwenden. Weiterhin sind sie in der Lage, eine Werbekampagne zu entwickeln und markenpolitische Entscheidungen zu treffen. Sie sind befähigt, Datenbankprogramme zu Zwecken der Kundenanalyse zu nutzen, eigenständig Datenbanken zu erstellen und diese auch für andere Anwender nutzbar zu machen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Manschwetus

Prüfungsform: 1. Marketing: Klausur 90 Minuten
2. Softwaregestütztes Marketing: Studienleistung

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 70 h
Vor- und Nachbereitung: 18 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 8 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 6 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 23 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Kenntnisse in gängiger Anwendersoftware (z.B. Excel, Powerpoint)

Modulbeschreibung - Marketinggrundlagen

WP16 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 61 von 152

Unit WP1601 Marketing

zugeordnet zu: Modul WP16

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 4

Lehrinhalte:

- Begrifflich-konzeptionelle Grundlagen
- Konsumentenverhalten
- Marktforschung
- Marketingstrategien
- Kommunikationspolitik
- Produktpolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik und Vertriebsmanagement
- Internetmarketing

Literaturhinweise:

Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, Einführung in Theorie und Praxis. 4. völlig überarbeitete Aufl., Stuttgart 2009

Fritz, Wolfgang: Internet-Marketing und Electronic Commerce, 3. Auflage, Wiesbaden 2004

Hofbauer, Günter / Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, Erlangen 2009

Homburg, C.; Hohmer, H.: Marketingmanagement, Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 2. Aufl., Wiesbaden 2006

Meffert, H. ; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte- Instrumente - Praxisbeispiele, 10. Aufl., Wiesbaden 2008

Lehrvoraussetzungen: empfohlen: Kenntnisse in gängiger Anwendersoftware (z.B. Excel, Powerpoint)

Lehrziele:

Die Studierenden können unter Anwendung des strategischen und operativen Instrumentariums des Marketing sowie auf der Grundlage der Erkenntnisse der Kaufverhaltensforschung und den Methoden der Marktforschung eine Marketing-Konzeption entwickeln. Die Studierenden werden befähigt

- die zentralen Begriffe und Konzepte des Marketing zu verstehen,

Modulbeschreibung - Marketinggrundlagen

WP16 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 62 von 152

- auf der Grundlage moderner Erkenntnisse der Kaufverhaltensforschung operative Marketingentscheidungen zu treffen,
- die Methoden der Primärforschung sinnvoll für konkrete Marketingentscheidungen einzusetzen,
- eine Werbekampagne zu entwickeln,
- markenpolitische Entscheidungen zu treffen,
- einen Innovationsprozess zu planen und zu realisieren,
- optimale Preise für Produkte zu bestimmen,
- geeignete Distributionskanäle auszuwählen,
- Suchmaschinenoptimierung einzuleiten,
- bedarfsgerechte Vertriebsstrukturen zu formulieren.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Marketinggrundlagen

WP16 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 63 von 152

Unit WP1602 Softwaregestütztes Marketing

zugeordnet zu: Modul WP16

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 1

Lehrinhalte:

- Anlegen einer Datenbank in Access
- Tabellen erstellen (Feldeigenschaften festlegen)
- Beziehungen zwischen Tabellen erstellen und bearbeiten
- Abfragen erstellen (Auswahlabfragen, Aktionsabfragen, statistische Funktionen)
- Formulare erstellen
- Berichte erstellen

Literaturhinweise: Steuber, T. (2004). Microsoft Office Access 2003 für Windows, Grundlagen für Datenbankentwickler. Bodenheim.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden werden befähigt, Datenbankprogramme zu Zwecken der Kundenanalyse zu nutzen und anzuwenden.

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Markt- und Konsumpsychologie

WP17 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 64 von 152

Modul WP17 Markt- und Konsumpsychologie

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

Fachsemester:	3
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:	<p>Das Modul beinhaltet</p> <p>Anwendung der sozialpsychologischen Theorien auf das Konsumentenverhalten:</p> <ul style="list-style-type: none">- Reaktanztheorie- Theorie der kognitiven Dissonanz- Sozialpsychologische Gruppenphänomene und ihre Bedeutung für das Konsumverhalten- Strategien der Beeinflussung durch Konsens und Sympathie <p>Anwendung der kognitionspsychologischen und sozialkognitiven Theorien auf das Konsumentenverhalten:</p> <ul style="list-style-type: none">- Phänomene des impliziten Erinnerns, insbesondere Effekt der bloßen Darbietung, implizite Einstellungen und ihre Messung- neuere Forschungen zur Bedeutung des klassischen Konditionierens in der Werbung: evaluatives Konditionieren- Entscheidungen, Entscheidungsheuristiken, Entscheidungsfehler, Problem der Rationalität von Konsumententscheidungen
-------------	---

Literaturhinweise:	<p>- Felser, G. (2015). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie, 4. erweiterte und vollständig überarbeitete Auflage</i>. Heidelberg: Springer.</p>
--------------------	--

Lehrziele:	<p>Zentrales Anliegen der Veranstaltung ist es, die Nützlichkeit und Anwendbarkeit psychologischen Basiswissens auf Fragestellungen des alltäglichen Konsumverhaltens aufzuzeigen. Die Markt- und Konsumpsychologie wird daher nicht als Spezialdisziplin mit eigenständigen Theorien und Modellen dargestellt. Vielmehr wird betont, daß jede verhaltenswissenschaftlichen Betrachtung von Markt und Konsum auf psychologischem Grundlagenwissen beruht.</p> <p>Insofern ist das übergeordnete Lernziel, die Studierenden dazu zu befähigen, Wissen aus anderen psychologischen Zusammenhängen eigenständig auf das Thema Konsumentenverhalten zu übertragen.</p>
------------	--

Modulbeschreibung - Markt- und Konsumentenpsychologie

WP17 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 65 von 152

Die Studierenden kennen Theorien, Untersuchungsergebnisse und zentrale Phänomene der Markt- und Konsumentenpsychologie wie etwa bestimmte Entscheidungsanomalien und Beeinflussungsstrategien oder unbewusste und automatische Einflüsse im Konsumentenverhalten. Sie wissen, warum und unter welchen Bedingungen ein bestimmter psychologischer Effekt (z.B. eine Form der sozialen Beeinflussung) eintritt und kennen die praktischen Implikationen der diskutierten Phänomene. Sie können theoretische Erklärungen für konsumpsychologische Effekte entwickeln (z.B. kennen die Studierenden die Grundmuster konsistenztheoretischer oder metakognitiver Verhaltensklärungen und können diese auf neue Situationen anwenden).

Die Studierenden nehmen gegenüber alltäglichen Phänomenen wie Werbung, Kaufentscheidungen oder Verkäuferverhalten einen psychologischen Blickwinkel ein und erkennen die Zusammenhänge mit psychologischem Basiswissen. Sie sind in der Lage, eigenständig psychologisches Grundlagenwissen auf Fragestellungen der Markt- und Konsumentenpsychologie anzuwenden und können aus den Teildisziplinen der Psychologie (insbesondere Allgemeine und Sozialpsychologie) konsumpsychologische Anwendungen ableiten.

Sie sind in der Lage, das erworbene psychologische Theorienwissen eigenständig in Handlungsanweisungen umzusetzen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Felser

Prüfungsform: Klausur 120 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 30 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 39 h
Workload gesamt: 125 h

Modulbeschreibung - Markt- und Konsumpsychologie

WP17 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 66 von 152

Voraussetzung für die
Teilnahme:

notwendige Voraussetzungen:

- Allgemeine Psychologie
- Sozialpsychologie
- Wirtschaftspsychologische Methodik 1 + 2

Modulbeschreibung - Human Resource Management

WP18 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 67 von 152

Modul WP18 Human Resource Management

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

Fachsemester:	3
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:	<p>Das Modul besteht aus den beiden Units</p> <ol style="list-style-type: none">1. Personalmanagement2. Arbeitsrecht. <p>Ohne große Vorkenntnisse wird in das umfangreiche Wissensgebiet der Personalwirtschaftslehre eingeführt. Die historische Entwicklung des Faches, seine wissenschaftliche Einordnung und seine Rahmenbedingungen (insbesondere die arbeitsrechtlichen) werden genauso vermittelt wie zukunftsorientierte Gestaltung der Personalarbeit.</p>
-------------	--

Literaturhinweise:	<ul style="list-style-type: none">- Dütz (2003). Arbeitsrecht (8. Auflage). C. H. Beck.- Junker (2003). Grundkurs Arbeitsrecht (2. Auflage). C. H. Beck.- Lieb & Jacob (2006). Arbeitsrecht (9. Auflage). C. F. Müller.- Schwind, Hassenpflug & Hauptmann (2007). Arbeitsrecht leicht gemacht (6. Auflage). Ewald von Kleist Verlag.- Wörlen (2005). Arbeitsrecht (7. Auflage).Heymanns - Bröckermann, Reiner, Pepels, Werner (Hrsg.): Das neue Personalmarketing - Employee Relationship Management als moderner Erfolgstreiber, Band 1 - 3; Berlin 2013- Jung, Hans - Personalwirtschaft; München 2011- Stopp, Udo; Kirschten, Uta: Betriebliche Personalwirtschaft, Renningen 2012,- Becker, Manfred - Personalentwicklung, Stuttgart 2009- Hentze, Joachim; Kammel, Andreas - Personalwirtschaftslehre 1, Basel 2001- Hentze, Joachim; Graf, Andrea - Personalwirtschaftslehre 2, Göttingen 2005- Schulte, Christof - Personalcontrolling mit Kennzahlen, München 2011- Scholz, Christian - Personalmanagement, München 2000- Berthel, Jürgen; Becker, Fred G. - Personalmanagement, Stuttgart 2010
--------------------	--

Lehrziele:	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse aller Tätigkeitsfelder der Personalarbeit inklusive Ihrer rechtlichen
------------	--

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Human Resource Management

WP18 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 68 von 152

Basis. Sie kennen Entwicklungen und Theorieansätze, die bei der Beschreibung, Erklärung und Gestaltung des mitarbeiterbezogenen Lebenszyklus im Rahmen konkreter Personalarbeit (Planung, Beschaffung, Einsatz, Erhaltung, Freisetzung) in den einzelnen Arbeitsbereichen eingesetzt werden. Sie kennen einzelne Arbeitsmittel und Instrumente, die im Rahmen der Tagesarbeit eingesetzt werden können. Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, Aufgaben und Probleme aus der Personalarbeit zu beschreiben, zu erklären und Lösungsansätze dafür zu entwerfen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbstständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Klauk /Prof. Dr. Lammich

Prüfungsform: 1. Personalmanagement: Klausur 90 Minuten
2. Arbeitsrecht: Klausur 90 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 33 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 36 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: keine Voraussetzungen notwendig

Modulbeschreibung - Human Resource Management

WP18 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 69 von 152

Unit WP1801 Personalmanagement

zugeordnet zu: Modul WP18

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Ohne große Vorkenntnisse wird in das umfangreiche Wissensgebiet der Personalwirtschaftslehre eingeführt. Die historische Entwicklung des Faches, seine wissenschaftliche Einordnung und seine Rahmenbedingungen werden genauso vermittelt wie zukunftsorientierte Gestaltung der Personalarbeit.

Literaturhinweise:

- Bröckermann, Reiner, Pepels, Werner (Hrsg.): Das neue Personalmarketing - Employee Relationship Management als moderner Erfolgstreiber, Band 1 - 3; Berlin 2013
- Jung, Hans - Personalwirtschaft; München 2011
- Stopp, Udo; Kirschten, Uta: Betriebliche Personalwirtschaft, Renningen 2012,
- Becker, Manfred - Personalentwicklung, Stuttgart 2009
- Hentze, Joachim; Kammel, Andreas - Personalwirtschaftslehre 1, Basel 2001
- Hentze, Joachim; Graf, Andrea - Personalwirtschaftslehre 2, Göttingen 2005
- Schulte, Christof - Personalcontrolling mit Kennzahlen, München 2011
- Scholz, Christian - Personalmanagement, München 2000
- Berthel, Jürgen; Becker, Fred G. - Personalmanagement, Stuttgart 2010

Lehrvoraussetzungen: keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse aller Tätigkeitsfelder der Personalarbeit inklusive ihrer rechtlichen Basis. Sie kennen Entwicklungen und Theorieansätze, die bei der Beschreibung, Erklärung und Gestaltung des mitarbeiterbezogenen Lebenszyklus im Rahmen konkreter Personalarbeit (Planung, Beschaffung, Einsatz, Erhaltung, Freisetzung) in den einzelnen Arbeitsbereichen eingesetzt werden. Sie kennen einzelne Arbeitsmittel und Instrumente, die im Rahmen der Tagesarbeit eingesetzt werden können. Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, Aufgaben und Probleme aus der Personalarbeit zu beschreiben, zu erklären und Lösungsansätze dafür zu entwerfen.

Modulbeschreibung - Human Resource Management

WP18 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 70 von 152

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Human Resource Management

WP18 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 71 von 152

Unit WP1802 Arbeitsrecht

zugeordnet zu: Modul WP18

Fachsemester: 3

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Aufbauend auf den Grundkenntnissen des Wirtschaftsrechts (BGB, HGB, Gesellschaftsrecht) umfasst die Unit Inhalte des Individualarbeitsrechts (Bewerbung, Arbeitsvertrag, Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis, Krankheit, Urlaub, Beendigung des Arbeitsvertrags, Kündigungsschutz, Arbeitszeugnis. Darüber hinausgehend werden Grundlagen des Kollektivarbeitsrechts (Betriebsrat, Mitbestimmung, Tarifvertrag, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände) vermittelt sowie mögliche arbeitsgerichtliche Verfahren erörtert.

Literaturhinweise: Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 12. Auflage 2015
Junker, Grundkurs Arbeitsrecht 15. Auflage 2016
Lieb & Jacob, Arbeitsrecht, 9. Auflage 2006
Hauptmann, Arbeitsrecht leicht gemacht, 7. Auflage 2012
Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht, 12. Auflage 2015

Lehrvoraussetzungen: Modul Wirtschaftsrecht

Lehrziele: Kennen der rechtlichen Rahmenbedingungen, die für das Verhältnis zwischen Unternehmen und Mitarbeitern gelten.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Auslands- und Praxissemester

WP19 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 72 von 152

Modul WP19 Auslands- und Praxissemester

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 4. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 3. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 5. Fachsemester

Fachsemester:	4
Semesterwochenstunden:	2
ECTS-Punkte:	30

Lehrinhalt: Im Praxissemester erwirbt der Studierende 20 Credits durch ein Studiensemester an einer ausländischen Hochschule oder durch ein mindestens 16-wöchiges Praktikum in einem Unternehmen sowie 10 Credits durch das Verfassen eines Auslands- bzw. Praxissemesterberichts. Der Auslands- bzw. Praxissemesterbericht, der im Idealfall eine Aufgabenstellung aus dem Praktikum bzw. ein Thema aus dem Auslandsstudium aufgreift, besteht aus einem schriftlichen Teil im Umfang von 10 Seiten und einem Vortrag mit einer Dauer von 20 Minuten. Der Bericht entfällt, sofern an einer ausländischen Hochschule mindestens 30 Credits erworben wurden. Das Praxissemester wird durch eine Lehrveranstaltung im Umfang von 2 SWS begleitet. Weitere Informationen und Hilfestellungen zum Praxissemester sind der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des FB W zu entnehmen.

Lehrziele: Die Studierenden können erste Studienergebnisse in der Praxis erproben und umsetzen. Je nach Art der Praxisstelle erwerben die Studierenden verschiedene berufspraktische Kompetenzen und sind in der Lage, die Ergebnisse des Praktikums in einem Praxissemesterbericht kritisch zu reflektieren. An die Stelle des ersten Praktikums kann ein Auslandssemester treten. Während eines Studiensemesters an einer ausländischen Hochschule vertieft der Studierende seine englischen bzw. französischen Sprachkenntnisse und kann die bereits im Studium erworbenen Fähigkeiten erweitern sowie neues Wissen entsprechend dem Studienangebot im Ausland erwerben.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Sonstiges: Praktikum

Modulbeschreibung - Auslands- und Praxissemester

WP19 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 73 von 152

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Kaune

Prüfungsform: Bericht

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 30,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Praktikum/Auslandsstudium: 510 h
Erstellung des Berichts inkl. Vortrag: 240 h
Workload gesamt: 750 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Die Studierenden müssen für die Zulassung zum Praxis- und Auslandssemester das dritte Fachsemester erreicht haben.

Modulbeschreibung - Praxis der Personalführung

WP20 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 74 von 152

Modul WP20 Praxis der Personalführung

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 5. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	4
ECTS-Punkte:	5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den Units:

1. Instrumente der Personalführung (einschließlich Moderation)
2. Kommunikation und Führung

- Das Konzept der "Situativen Führung" als theoretischer Bezugsrahmen
- Führungsleitbild und Führungskultur
- Schlüsselstrategien erfolgreicher Führung
- Kreislauf der Mitarbeiterführung
- neuere Führungsansätze (transaktionsale und transformationale Führung)
- ausgewählte Instrumente der Personalführung (Zielsetzung und -vereinbarung, Kommunikation, Delegation, Beurteilung, Förderung)
- Anlässe für Mitarbeitergespräche
- Vorbereitung eines Mitarbeitergespräches
- Durchführung eines Mitarbeitergespräches
- anwendungsorientierte (Video-)Übungen für Mitarbeitergespräche
- Moderationsablauf
- Moderations-Tools
- Moderations-Skills
- anwendungsorientierte Moderationsübungen

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden kennen grundlegende Instrumente der Personalführung, können diese vor dem Hintergrund ihrer Einsatzmöglichkeiten und -grenzen bewerten und auswählen. Zudem sind sie in der Lage, verschiedene Arten von Mitarbeitergesprächen sowie die Moderationstechnik praktisch anzuwenden. Darüber hinaus können sie Moderationsprozesse im Rahmen einer Führungsaufgabe systematisch und zielorientiert gestalten.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen

Modulbeschreibung - Praxis der Personalführung

WP20 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 75 von 152

- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Seminar
- Übungen
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Kaune

Prüfungsform: 1. Instrumente der Personalführung (einschließlich Moderation):
Klausur 90 Minuten
2. Kommunikation und Führung: Studienleistung

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt.
Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 34 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 19 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 16 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Notwendige Voraussetzungen: Organisationspsychologie,
Personalmanagement

Modulbeschreibung - Praxis der Personalführung

WP20 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 76 von 152

Unit WP2001 Instrumente der Personalführung (einschließlich Moderation)

zugeordnet zu: Modul WP20

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Das Konzept der "Situativen Führung" als theoretischer Bezugsrahmen
- Führungsleitbild und Führungskultur
- Schlüsselstrategien erfolgreicher Führung
- Kreislauf der Mitarbeiterführung
- neuere Führungsansätze (transaktionsale und transformationale Führung)
- ausgewählte Instrumente der Personalführung (Zielsetzung und -vereinbarung, Kommunikation, Delegation, Beurteilung, Förderung)
- Moderationsablauf
- Moderations-Tools
- Moderations-Skills
- anwendungsorientierte Moderationsübungen

Literaturhinweise:

Schmidt, R. (2012). Immer richtig miteinander reden: Transaktionsanalyse in Beruf und Alltag (6. Auflage). Paderborn: Junfermann

Warren, B., Nanus, B. (1992). Führungskräfte. Frankfurt u. New York: Campus

Weibler, J. (2012). Personalführung (2. Auflage). München: Vahlen

Lipp, U., Will, H. (2008). Das große Workshop-Buch: Konzeption, Inszenierung und Moderation von Klausuren, Besprechungen und Seminaren (8. Auflage). Weinheim u.a.: Beltz-Verlag

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden kennen grundlegende Instrumente bzw. Techniken der Mitarbeiterführung und können diese in Führungssituationen zielorientiert einsetzen. Darüber hinaus können sie Moderationsprozesse im Rahmen einer Führungsaufgabe systematisch und zielorientiert gestalten.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Praxis der Personalführung

WP20 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 77 von 152

Unit WP2002 Kommunikation und Führung

zugeordnet zu: Modul WP20

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Vorbereitung eines Mitarbeitergespräches
- Durchführung eines Mitarbeitergespräches
- Anlässe für Mitarbeitergespräche
- anwendungsorientierte (Video-)Übungen für Mitarbeitergespräche

Literaturhinweise:

Schmidt, R. (2012). Immer richtig miteinander reden: Transaktionsanalyse in Beruf und Alltag (6. Auflage). Paderborn: Junfermann

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

WP21 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 78 von 152

Modul WP21 Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 5. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 6

ECTS-Punkte: 7

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den drei Units

1. Einführung externes Rechnungswesen
2. Einführung betriebliches Rechnungswesen
3. Einführung betriebliches Controlling

- Gesetzliche Grundlagen der Buchführung
- Inventur, Inventar und Jahresabschluss
- Buchen wesentlicher Geschäftsvorfälle (z.B. Privatkonten, Warenverkehr)
- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Zentrale Größen und Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung
Leistungs- und Erlösrechnung
- Kostenrechnung
- Deckungsbeitrags- und kurzfristige Betriebsergebnisrechnung
Überblick über Controllingkonzeptionen und -systeme
- Ausgewählte Instrumente des Controlling

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die Grundlagen, Kategorien, Inhalte und entsprechende Zusammenhänge des Rechnungswesens und des Controllings und können die beiden Fachgebiete voneinander abgrenzen. Sie kennen die Grundlagen der Buchführung (gesetzliche Vorschriften, Organisation) und der sicheren Buchungstechnik (doppelte Buchführung) und können diese Kenntnisse auch auf einfache Fälle anwenden. Sie verstehen zudem den Zusammenhang und Inhalt von Handelsbüchern, Inventar und Jahresabschluss und können diesen darlegen in der Lage, die Erlös-, innerbetriebliche Leistungsverrechnung und Bestandsrechnung sowie die Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung und die Betriebsergebnisrechnung auf Vollkosten- und Teilkostenbasis für Abrechnungs- und Planungszwecke eigenständig durchzuführen.

Modulbeschreibung - Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

WP21 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 79 von 152

Die Studierenden verstehen es, selbständig grundlegende operative und strategische Controllinginstrumente fachgerecht und praxisorientiert anzuwenden sowie auf deren Basis unternehmerische Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Eberlein

Prüfungsform: 1. Einführung externes Rechnungswesen: Klausur 60 Minuten
2. Einführung betriebliches Rechnungswesen: Klausur 60 Minuten
3. Einführung betriebliches Controlling: Klausur 60 Minuten

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 7,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 h
Vor- und Nachbereitung: 49 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 42 h
Workload gesamt: 175 h

Voraussetzung für die Teilnahme: empfohlene Voraussetzungen: Einführung Unternehmensfinanzierung

Modulbeschreibung - Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

WP21 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 80 von 152

Unit WP2101 Einführung externes Rechnungswesen

zugeordnet zu: Modul WP21

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Im Rahmen der Veranstaltung sollen die Grundlagen der Buchführung (gesetzliche Vorschriften, Organisation) und der sicheren Buchungstechnik (doppelte Buchführung) zur Einführung in das externe Rechnungswesen vermittelt werden. Folgende Themen sind Teil der Lehrveranstaltung:

- gesetzliche Grundlagen der Buchführung
- Inventur, Inventar und Bilanz
- Grundlagen der Buchungstechnik (erfolgswirksame und erfolgsneutrale Geschäftsvorfälle)
- Technik der Aufstellung des Jahresabschlusses

Literaturhinweise:

- * Wüstemann, Jens: Buchführung case by case, 6. Aufl., Frankfurt am Main 2015.
- * Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Mattner, Gerhard/Schultze, Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen, Grundzüge der Buchführung und Bilanzierung, 6. Aufl., Stuttgart 2016.
- * Eisele, Wolfgang / Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, 8. Aufl., München 2011.
- * Wöhe, Günter/Kussmann, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, 9. Aufl., München 2015.

Lehrvoraussetzungen:

keine Voraussetzungen notwendig

Lehrziele:

Die Studierenden sind nach Abschluss der Veranstaltung in der Lage, die wichtigsten gesetzlichen Vorschriften im Zusammenhang mit der Buchführung wiederzugeben und den Zusammenhang und Inhalt von Handelsbüchern, Inventar und Jahresabschluss darzulegen. Die Studierenden können das Konzept der doppelten Buchführung anwenden und haben Kenntnisse in der Buchungstechnik grundlegender Geschäftsvorfälle, sind in der Lage abschlussvorbereitende Aufgaben durchzuführen und den Jahresabschluss aufzustellen.

Modulbeschreibung - Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

WP21 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 81 von 152

Prüfungsform: Klausur 60 Minuten

Modulbeschreibung - Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

WP21 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 82 von 152

Unit WP2102 Einführung betriebliches Rechnungswesen

zugeordnet zu: Modul WP21

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Zentrale Größen und Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung Leistungs- und Erlösrechnung
- Kostenrechnung
- Deckungsbeitrags- und kurzfristige Betriebsergebnisrechnung

Literaturhinweise:

- Coenenberg, A. G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016.
- Däumler, K.-D. / Grabe, J.: Kostenrechnung 1 - Grundlagen, 11. Aufl. Herne/ Berlin 2013.
- Eberlein, J.: Betriebliches Rechnungswesen und Controlling, 2. Aufl., München 2010.
- Ewert, R./ Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, 8. Aufl., Berlin/ Heidelberg 2014.
- Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Aufl., Berlin/ Heidelberg 2010.
- Schweitzer, M. / Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 11. Aufl., München 2015.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden beherrschen die Methoden und Verfahren zur Durchführung der Kostenrechnung. Sie sind in der Lage, die Erlös-, Leistungs-, Bestands- und Kostenrechnung miteinander zu verbinden und sachkundig aufeinander abzustimmen. Der/ die Studierende kennt die Methoden zur Berechnung kalkulatorischer Kosten und die Möglichkeiten zum Aufbau einer Kostenartenrechnung. Er/ sie sind in der Lage eigenständig eine Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung sowie eine Preiskalkulation durchzuführen und zu beurteilen. Ferner verfügen sie über grundlegende Kenntnisse, Kosten- und Erlösinformationen einzuschätzen und aufzuarbeiten, um diese in eine praxisorientierte Deckungsbeitrags- und Betriebserfolgsrechnung zu überführen.

Prüfungsform: Klausur 60 Minuten

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

WP21 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 83 von 152

Unit WP2103 Einführung Controlling

zugeordnet zu: Modul WP21

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

1. Controllingkonzeptionen und -systeme
2. Überblick über ausgewählte Instrumente des Controllings: Prozesskostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Budgetierung, Target Costing, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, Performance Measurement

Literaturhinweise:

- Coenenberg, A.G./Fischer, T. M. , Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016.
- Eberlein, J.: Betriebliches Rechnungswesen und Controlling, 2. Aufl., München 2010.
- Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Berlin u.a., 5. Aufl., Berlin/ Heidelberg 2010.
- Küpper, H.-U./ Friedl, G./Hofmann, C./Hofmann, Y.: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6. Aufl., Stuttgart 2013, Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, 13. Aufl., München 2015.
- Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 15. Aufl., Stuttgart 2016.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse und Fertigkeiten zur Anwendung zeitgemäßer und praxisorientierter Controllinginstrumente sowohl für Plan- als auch Abrechnungszeiträume.

Sie sind in der Lage, sachgerecht die prozessorientierte Kosten- und Leistungsrechnung, die Budgeterstellung und -kontrolle sowie die Arbeit mit Kennzahlen zu praktizieren und daraus Schlussfolgerungen zur Einschätzung des Unternehmens abzuleiten.

Darüber hinaus kennen die Studierenden maßgebliche operative und strategische Controllinginstrumente und können diese für eine zweckdienliche, kunden- und marktorientierte Unternehmenssteuerung qualifiziert anwenden.

Modulbeschreibung - Betriebliches Rechnungswesen und Controlling

WP21 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 84 von 152

Prüfungsform:

Klausur 60 Minuten

Modulbeschreibung - Praxisprojekt

WP22 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 85 von 152

Modul WP22 Praxisprojekt

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 5. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 7. Fachsemester

Fachsemester:	7
Semesterwochenstunden:	7
ECTS-Punkte:	8

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den 4 Units

1. Projektwoche
2. Projektmanagement
3. Praxisprojekt 1
4. Praxisprojekt 2.

Das in den Berufsfeldern erworbene Wissen wird in den Praxisprojekten, möglichst für Unternehmen aus der Region, in konkrete Handlung umgesetzt. Zuvor werden die Methoden und Techniken des Projektmanagement vermittelt und praktisch eingeübt, damit die Studierenden die Praxisprojekte auch effizient managen können.

Literaturhinweise: Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der Units enthalten.

Lehrziele: Die Studierenden können wirtschaftspsychologische Aufgabenstellungen analysieren, Lösungen konzipieren, diese in konkrete Maßnahmen umsetzen, durchführen und das Ergebnis in adäquater Weise überprüfen. Dabei sind sie in der Lage, Methoden des Projektmanagements einzusetzen, sich im Team selbständig zu organisieren, mit Auftraggebern umzugehen und praktische Aufgabenstellungen konkret zu bearbeiten. Sie verfügen über die nötigen methodischen und verhaltensmäßigen Kompetenzen, um die notwendigen Maßnahmen praktisch durchzuführen und umzusetzen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung

Modulbeschreibung - Praxisprojekt

WP22 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 86 von 152

- Übungen
- Sonstiges: Praxisprojekte, Übungsprojekte

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker, Prof. Dr. Felser

Prüfungsform:

1. Projektwoche: Studienleistung
2. Projektmanagement: Studienleistung
3. Praxisprojekt 1: Projektarbeit
4. Praxisprojekt 2: Projektarbeit

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 8,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 92 h
Vor- und Nachbereitung: 2 h
Sonstige studienrelevante Aktivitäten: 106 h
Workload gesamt: 200 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

notwendige Voraussetzungen:

- Kenntnis und Beherrschung der grundlegenden wirtschaftspsychologischen Inhalte und Methoden sowie Teamkompetenz und Präsentationsfähigkeit

empfohlene Voraussetzungen:

- Organisationspsychologie
- Markt- und Konsumpsychologie

Modulbeschreibung - Praxisprojekt

WP22 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 87 von 152

Unit WP2201 Projektmanagement

zugeordnet zu: Modul WP22

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Erkennen der Notwendigkeit von Projektmanagement für eine effektive Projektarbeit und Beherrschen der dazu nötigen Methoden
- Was ist ein Projekt?
- Welche Arten gibt es und welche unterschiedlichen Anforderungen ergeben sich?
- Welche Projektschritte gibt es? (Projektdefinition, -planung, -steuerung, -abschluss)
- Welche Methoden sind wann sinnvoll?
- Warum ist Qualitätssicherung unabdingbar und wie macht man sie?
- Welche Methoden zur Unterstützung einer effektiven Zusammenarbeit gibt es?

Literaturhinweise:

DeMarco, T. (1998). Der Termin: ein Roman über Projektmanagement. Hanser.

Patzak, G. & Rattay, G. (1998). Projektmanagement. Wien: Linde.

Schmid, P. (2002). Turbo Projektmanagement. Metropolitan.

Tiemeyer, E. (2002). Projekte erfolgreich managen. Weinheim: Beltz.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Aufgabenstellungen möglichst externer Auftraggeber analysieren, Lösungen konzipieren, diese in konkrete Maßnahmen umsetzen, durchführen und das Ergebnis in adäquater Weise überprüfen.

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Praxisprojekt

WP22 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 88 von 152

Unit WP2202 Projektwoche

zugeordnet zu: Modul WP22

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 1

Lehrinhalte: Die Projekte können aus dem Gesamtangebot des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften gewählt werden und reichen von Betriebsbesichtigungen, über Fachtagungen bis hin zur Beteiligung an konkreten Projekten. Die Lerninhalte sind demzufolge abhängig von der jeweiligen Veranstaltung und variieren von Jahr zu Jahr.

Literaturhinweise: In Abhängigkeit von der jeweiligen Veranstaltung

Lehrvoraussetzungen: Keine Voraussetzungen

Lehrziele: In der Projektwoche setzen sich die Studierenden losgelöst vom vorstrukturierten Lehrplan mit einem speziellen studienrelevanten Thema praxisorientiert auseinander.

Prüfungsform: Studienleistung (sonstiger Leistungsnachweis)

Hinweis:
Spätestens bei der Anmeldung zur Bachelor-Arbeit muss ein Projektwochenschein im Umfang von 1 SWS erbracht worden sein.

Modulbeschreibung - Praxisprojekt

WP22 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 89 von 152

Unit WP2203 Praxisprojekt 1

zugeordnet zu: Modul WP22

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Das in den Berufsfeldern erworbene Wissen wird im Praxisprojekt, möglichst für Unternehmen aus der Region, in konkretes Handlungswissen umgesetzt.
Mögliche Projekte sind bspw. im Marketingbereich:

- Zielgruppenspezifische Konzeption einer Markenstrategie
- Imageanalyse
- Werbemitteltest
- Feldstudie am Point of Sale
- Konsumentenbefragungen zu marketingrelevanten Themen
- Konzeption und Erprobung neuer Marktforschungstools (z.B. apparativ, computergestützt)

Literaturhinweise: je nach Praxisprojekt verschieden

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Aufgabenstellungen möglichst externer Auftraggeber analysieren, Lösungen konzipieren, diese in konkrete Maßnahmen umsetzen, durchführen und das Ergebnis in adäquater Weise überprüfen.

Prüfungsform: Projektarbeit

Modulbeschreibung - Praxisprojekt

WP22 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 90 von 152

Unit WP2204 Praxisprojekt 2

zugeordnet zu: Modul WP22

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Das in den Berufsfeldern erworbene Wissen wird im Praxisprojekt, möglichst für Unternehmen aus der Region, in konkretes Handlungswissen umgesetzt.

Mögliche Projekte sind bspw. im Personalbereich:

- Zielgruppenspezifische Konzeption und Durchführung eines Trainings aufgrund einer Bedarfsanalyse
- Entwicklung und Durchführung eines Personalauswahlverfahren (bspw. eines ACs) anhand einer Anforderungsanalyse
- Entwurf und Durchführung eines Change-Management-Projektes
- Durchführen eines eigenen Coaching-Prozesses von Supervision begleitet

Literaturhinweise: je nach Praxisprojekt verschieden

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Aufgabenstellungen möglichst externer Auftraggeber analysieren, Lösungen konzipieren, diese in konkrete Maßnahmen umsetzen, durchführen und das Ergebnis in adäquater Weise überprüfen.

Prüfungsform: Projektarbeit

Modulbeschreibung - Ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie

WP23 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 91 von 152

Modul WP23 Ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 5. Fachsemester

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den beiden Units
1. Wahlpflichtfach 1
2. Wahlpflichtfach 2

Die Studierenden sollen in diesem Modul Themen wählen, die nicht durch ihre Berufsfeldorientierung festgelegt sind. Hierzu bieten sich Veranstaltungen aus anderen Berufsfeldern des Studiengangs an. Alternativ können eigens ausgewiesene Veranstaltungen mit wirtschaftspsychologisch relevanten Inhalten gewählt werden.

Literaturhinweise: Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der Units enthalten

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über breit gefächertes Wissen im wirtschaftspsychologischen Kompetenzbereich. Auf einer konkreten Ebene ergibt sich dann das Lernergebnis aus den jeweils gewählten Inhalten. Auf einer übergeordneten Ebene sichert das Modul eine umfassende Sicht auf die eigene Disziplin und verhindert eine zu starke Konzentration auf die für die eigenen Berufsziele relevanten Inhalte.

Das Modul vermittelt überwiegend:
- Wissen
- Fertigkeiten
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:
- Vorlesung
- Übungen
- Planspiele
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie

WP23 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 92 von 152

Prüfungsform: 1. Wahlpflichtfach 1: Studienleistung
2. Wahlpflichtfach 2: Klausur 90 Minuten / Hausarbeit / Referat / Projektarbeit. Die Prüfungsform ist abhängig von der gewählten Veranstaltung.

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:
Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h
Vor- und Nachbereitung: 52 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 17 h
Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Voraussetzungen sind abhängig von der gewählten Veranstaltung.

Modulbeschreibung - Ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie

WP23 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 93 von 152

Unit WP2301 Wahlpflichtfach 1

zugeordnet zu: Modul WP23

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Inhalte sind abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung.

Literaturhinweise: wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Lehrvoraussetzungen: Voraussetzungen sind abhängig von der gewählten Veranstaltung.

Lehrziele: Die Studierenden sollen in dieser Unit Themen wählen, die nicht durch ihre Berufsfeldorientierung festgelegt sind. Hierzu bieten sich Veranstaltungen aus anderen Berufsfeldern des Studiengangs an. Alternativ können eigens ausgewiesene Veranstaltungen mit wirtschaftspsychologisch relevanten Inhalten gewählt werden. Auf einer konkreten Ebene ergibt sich dann das Lernergebnis aus den jeweils gewählten Inhalten. Auf einer übergeordneten Ebene sichert diese Unit eine umfassende Sicht auf die eigene Disziplin und verhindert eine zu starke Konzentration auf die für die eigenen Berufsziele relevanten Inhalte.

Prüfungsform: Studienleistung

Modulbeschreibung - Ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie

WP23 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 94 von 152

Unit WP2302 Wahlpflichtfach 2

zugeordnet zu: Modul WP23

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Inhalte sind abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung.

Literaturhinweise: wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Lehrvoraussetzungen: Voraussetzungen sind abhängig von der gewählten Veranstaltung.

Lehrziele: Die Studierenden sollen in dieser Unit Themen wählen, die nicht durch ihre Berufsfeldorientierung festgelegt sind. Hierzu bieten sich Veranstaltungen aus anderen Berufsfeldern des Studiengangs an. Alternativ können eigens ausgewiesene Veranstaltungen mit wirtschaftspsychologisch relevanten Inhalten gewählt werden. Auf einer konkreten Ebene ergibt sich dann das Lernergebnis aus den jeweils gewählten Inhalten. Auf einer übergeordneten Ebene sichert diese Unit eine umfassende Sicht auf die eigene Disziplin und verhindert eine zu starke Konzentration auf die für die eigenen Berufsziele relevanten Inhalte.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten / Hausarbeit / Referat / Projektarbeit

Die Prüfungsform ist abhängig von der gewählten Veranstaltung. Welche dieser möglichen Prüfungsleistungen in einem konkreten Prüfungstermin und einer konkreten Studiengruppe gefordert wird, gibt der Dozent zu Beginn des Semesters bekannt.

Modulbeschreibung - Professionelles Englisch II

WP24 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 95 von 152

Modul WP24 Professionelles Englisch II

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 5. Fachsemester

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 4

ECTS-Punkte: 5

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den 2 Units:

1. Professionelles Englisch 2
2. Professionelles Englisch 3

Alle vier Sprachfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) werden in einem berufsbezogenen Kontext weiter entwickelt und eingeübt. Ein Fokus liegt auf wirtschaftsbezogenen und psychologischen Themen. Die relevante Lexik und Grammatik werden soweit wie möglich innerhalb von kommunikativen Situationen realitätsnah eingeübt.

Literaturhinweise:

- Allison, John & Paul Emmerson, The Business Intermediate Student's Book
- ausgewählte Journalartikeln aus der Social-, Konsumenten-, und Arbeitspsychologie

Lehrziele:

Die Studierenden haben das Niveau B2 (Europäischer Referenzrahmen für Sprachen) erreicht und sind fähig, im beruflichen Kontext auf Englisch mündlich und schriftlich adäquat zu agieren und zu reagieren.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Cowan

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Professionelles Englisch II

WP24 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 96 von 152

Prüfungsform: 1. Professionelles Englisch 2: Klausur 90 Minuten
2. Professionelles Englisch 3: Referat

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 5,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 h

Vor- und Nachbereitung: 22 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 22 h

Erstellen von Studien-/Abschlussarbeiten: 25 h

Workload gesamt: 125 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Notwendige Voraussetzungen: Englischkenntnisse auf dem Sprachniveau B1

Modulbeschreibung - Professionelles Englisch II

WP24 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 97 von 152

Unit WP2401 Professionelles Englisch 2

zugeordnet zu: Modul WP24

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Firmenorganisation
- Counselling/Consulting
- Kundenservice
- Produktbeschreibung
- weitere Themen aus den Bereichen
Management, Personalwirtschaft und Marketing

Literaturhinweise: Allison, J. & Emmerson, P. The Business Intermediate Student's Book

Lehrvoraussetzungen: Englischkenntnisse auf dem Niveau B1

Lehrziele: Englischkenntnisse auf dem Niveau B1+ (Europäischer Referenzrahmen) unter besonderer Berücksichtigung von fachsprachlichem Vokabular. Die Studierenden können in beruflichen Situationen adäquat auf Englisch agieren und reagieren.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Professionelles Englisch II

WP24 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 98 von 152

Unit WP2402 Professionelles Englisch 3

zugeordnet zu: Modul WP24

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Der Hauptfokus dieses Units liegt auf der gesprochenen Sprache. Ausdrücke und Strukturen, die erforderlich sind, um Präsentationen auf Englisch zu halten, werden eingeübt. Das fachsprachliche Vokabular wird erweitert. Die Themenbereiche sind Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie, Markt- und Konsumpsychologie und Organisationspsychologie.

Literaturhinweise: Allison, J. & Emmerson, P. The Business Intermediate Student's Book

Lehrvoraussetzungen: Englischkenntnisse auf dem Niveau B1

Lehrziele: Englischkenntnisse auf dem Niveau B1+ (Europäischer Referenzrahmen). Die Studierenden sind fähig, Präsentationen auf Englisch geben, an englischsprachigen Firmensitzungen teilzunehmen, zu telefonieren, zu verhandeln, an Diskussionen teilzunehmen.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

WP25 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 99 von 152

Modul WP25 Bachelorabschluss

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 7. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	7
Semesterwochenstunden:	0
ECTS-Punkte:	30

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den 3 Units:

1. Praktikum
2. Bachelorarbeit
3. Kolloquium.

Das Praktikum ist der erste verbindliche Bestandteil der Bachelorprüfung. Das Praktikum absolviert der Studierende in einem für das Berufsfeld einschlägigen Unternehmen im In- oder Ausland, wobei konkrete Tätigkeitsschwerpunkte der praktischen Tätigkeit variieren können. Die Lerninhalte hängen deshalb stark von der gewählten Praxisstelle ab. Die Bachelor-Arbeit dient als Abschlussbericht des BachelorPraktikums. Das Thema wird vom Erstbetreuer so festgelegt, dass circa 30 bis 40 Seiten ausreichen, um dieses sachkundig zu bearbeiten. Für die Einhaltung formaler Kriterien sind die Anforderungen des betreuenden Hochschullehrers entscheidend. Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2006/ 2007 immatrikuliert wurden, beträgt die Bearbeitungszeit 12 Wochen, für alle anderen acht. Das Kolloquium ist der dritte Teil der Bachelorprüfung und findet grundsätzlich als letzte Prüfung des Studiums statt. Das Kolloquium ist öffentlich und beinhaltet eine von dem Studierenden erarbeitete Präsentation der wesentlichen Thesen und Inhalte der BachelorArbeit mit verbaler Darstellung. Im Anschluss folgt eine Verteidigung der Thesen und Inhalte durch den Studierenden. Das Kolloquium soll zwischen 30 und 45 Minuten dauern, wobei eine Dauer von 30 Minuten nicht unterschritten werden darf.

Lehrziele:

Die Studierenden können die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in der Berufspraxis zielgerichtet einsetzen. Sie sind zudem in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist, ein Problem aus seiner Fachrichtung selbständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten und diese Ausarbeitung schließlich mit einem Fachpublikum zu diskutieren und zu verteidigen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

WP25 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 100 von 152

- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Sonstiges: Praxisprojekt

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker

Prüfungsform: Praktikum: Bericht
Bachelorarbeit
Kolloquium

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 30,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Praktikum: 425 h
Bachelorarbeit: 300 h
Kolloquium: 25 h
Workload gesamt: 750 h

Voraussetzung für die Teilnahme: Der Studierende muss Studienleistungen gemäß der Studienordnung im Umfang von mindestens 90 Credits sowie einen Projektwochenschein im Umfang von 1 SWS nachweisen.

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

WP25 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 101 von 152

Unit WP2501 Praktikum

zugeordnet zu: Modul WP25

Fachsemester: 7

Semesterwochenstunden: 0

ECTS-Punkte: 17

Lehrinhalte:

Das Praktikum ist der erste verbindliche Bestandteil der Bachelor-Prüfung. Das Praktikum absolviert der Studierende in einem für das Berufsfeld einschlägigen Unternehmen im In- oder Ausland, wobei konkrete Tätigkeitsschwerpunkte der praktischen Tätigkeit variieren können. Die Lerninhalte hängen deshalb stark von der gewählten Praxisstelle ab.

Weitere Informationen zum Praktikum geben die Praktikumsordnung sowie der Praxissemesterbeauftragte oder sind der Prüfungs- und Studienordnung zu entnehmen.

Literaturhinweise:

In Abhängigkeit vom gewählten Praktikum.

Lehrvoraussetzungen:

siehe Voraussetzungen des Moduls Bachelorabschluss.

Lehrziele:

Im Bachelor-Praktikum soll eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis hergestellt werden. Der Studierende lernt in einem Zeitraum von mindestens 12 Wochen, seine Fähigkeiten zielgerichtet einzusetzen sowie wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden in der Praxis erfolgreich umzusetzen.

Prüfungsform:

Bericht

Workload:

Workload gesamt: 425 h

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

WP25 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 102 von 152

Unit WP2502 Bachelorarbeit

zugeordnet zu: Modul WP25

Fachsemester:	7
Semesterwochenstunden:	0
ECTS-Punkte:	12

Lehrinhalte: Die Bachelor-Arbeit dient als Abschlussbericht des Bachelor-Praktikums. Das Thema wird vom Erstbetreuer so festgelegt, dass circa 30 bis 40 Seiten ausreichen, um dieses sachkundig zu bearbeiten. Für die Einhaltung formaler Kriterien sind die Anforderungen des betreuenden Hochschullehrers entscheidend. Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2006/ 2007 immatrikuliert wurden, beträgt die Bearbeitungszeit 12 Wochen, für alle anderen acht Wochen.

Literaturhinweise: Abhängig vom Thema der Bachelor-Arbeit

Lehrvoraussetzungen: Siehe Voraussetzungen des Moduls Bachelorabschluss.

Lehrziele: Der Studierende ist in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist, ein Problem aus seiner Fachrichtung selbständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten.

Prüfungsform: Hausarbeit

Workload: Erstellen der Bachelorarbeit: 300 h

Modulbeschreibung - Bachelorabschluss

WP25 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 103 von 152

Unit WP2503 Kolloquium

zugeordnet zu: Modul WP25

Fachsemester: 7

Semesterwochenstunden: 0

ECTS-Punkte: 1

Lehrinhalte:

Das Kolloquium ist der dritte Teil der Bachelorprüfung und findet grundsätzlich als letzte Prüfung des Studiums statt. Das Kolloquium ist öffentlich und beinhaltet eine von dem Studierenden erarbeitete Präsentation der wesentlichen Thesen und Inhalte der Bachelor-Arbeit mit verbaler Darstellung. Im Anschluss folgt eine Verteidigung der Thesen und Inhalte durch den Studierenden. Das Kolloquium soll zwischen 30 und 45 Minuten dauern, wobei eine Dauer von 30 Minuten nicht unterschritten werden darf.

Literaturhinweise:

Abhängig vom Thema der Bachelor-Arbeit

Lehrvoraussetzungen:

Der Studierende muss nachweisen, dass er alle anderen Module gemäß der Studienordnung bestanden hat.

Lehrziele:

Der Studierende stellt die wichtigsten Ergebnisse der Bachelor-Arbeit in Form von Thesen zur Diskussion und kann diese verteidigen.

Prüfungsform:

Mündliche Prüfung in Form einer Präsentation

Workload:

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 12 h
Studien- und Abschlussarbeiten: 13 h

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 104 von 152

Modul WP40 Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den 4 Units

1. Personalentwicklung - Grundlagen und Vorgehen
2. Personalentwicklung - Trainerkompetenzen
3. Praktische Aspekte der Personalentwicklung 1
4. Praktische Aspekte der Personalentwicklung 2.

- Überblick und theoretische Grundlagen der Personalentwicklung aus Sicht der Personalpsychologie
- Steuerung der PE, strategisches Kompetenzmanagement
- Generelles Vorgehen bei der PE: Bedarfsanalyse, Auswahl/ lernzielorientierte Konzeption von Maßnahmen, Qualitätssicherung und -management, Methoden bei Seminaren in Organisationen, spezielle Trainingsformen, Transfer, Evaluation
- Neuere Ansätze wie E-learning, Computersimulationen, selbstorganisiertes Lernen, Outdoor. altersgerechte PE, u.a.

Trainerkompetenzen:

- Aufbau eines Trainings, Konzeption und Testung
- Gestaltung von Anfangs- und Endsituationen
- Trainerverhalten, Umgang mit Teilnehmern, schwierigen Situationen und Widerstand, persönliche Anforderungen
- Allgemeine Methoden wie Lehrgespräche, Gruppenarbeit, Ergebnissicherung, Transfersicherung
- Spezielle Methoden wie Metakommunikation, Selbstreflexion, Feedback, Rollenspiele, Fallbeispiele, etc.-

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen, die Strategien und die Verfahren der Personalentwicklung aus Sicht der Personalpsychologie. Sie sind mit konkreten Maßnahmen zur Personalentwicklung vertraut und können diese bewerten, auswählen und praktisch einsetzen. Sie sind in der Lage, sowohl die Personalentwicklung strategisch zu steuern, als auch Maßnahmen selbstständig und bedarfsgerecht zu konzipieren und

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 105 von 152

durchzuführen. Sie wissen, wie man Bedarfsanalysen durchführt, aus diesen Lernziele ableitet darauf aufsetzend maßgeschneiderte Maßnahmen auswählt oder entwickelt und den Transfer sicherstellt, Sie können die Qualität von angebotenen Maßnahmen beurteilen und selbst für Qualitätssicherung sorgen, sowie Maßnahmen methodisch fundiert zu evaluieren.

Darüber hinaus sind sie mit den Anforderungen von Trainings und dem erforderlichen Trainerverhalten vertraut. Sie kennen die im Training nötigen Methoden und können sie einsetzen. Sie sind in der Lage, Lehrgespräche, Übungen und Reflexionen lernzielgerichtet zu entwickeln und durchzuführen. Sie reflektieren das Geschehen im Training und ihr Verhalten und optimieren es.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Rollenspiele
- Sonstiges: eigene Trainingseinheit konzipieren und durchführen; Feedback; uvm.

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Starker

Prüfungsform: Das Modul wird durch eine Fachprüfung (Klausur von 120 Minuten / Mündliche Prüfung) geprüft. Zusätzlich werden zu jeder Unit die dort genannten Teilprüfungen angeboten, von denen der Studierende 2 ablegen muss.

1. Personalentwicklung - Grundlagen und Vorgehen: Klausur 90 Minuten
2. Personalentwicklung - Trainerkompetenzen: Hausarbeit
3. Praktische Aspekte der Personalentwicklung 1: Projektarbeit
4. Praktische Aspekte der Personalentwicklung 2: Projektarbeit

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 60 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 53 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 25 h
Workload gesamt: 250 h

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 106 von 152

Voraussetzung für die
Teilnahme:

notwendige Voraussetzungen:

- Methodenlehre
- Sozialpsychologie
- Organisationspsychologie
- Statistik

empfohlene Voraussetzungen:

- Allgemeine Psychologie
- Persönlichkeitspsychologie
- Human Resource Management

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 107 von 152

Unit WP4001 Personalentwicklung - Grundlagen und Vorgehen

zugeordnet zu: Modul WP40

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Überblick und theoretische Grundlagen der Personalentwicklung aus Sicht der Personalpsychologie
- Steuerung der PE, strategisches Kompetenzmanagement
- Generelles Vorgehen bei der PE: Bedarfsanalyse, Auswahl/ lernzielorientierte Konzeption von Maßnahmen, Qualitätssicherung und -management, Methoden bei Seminaren in Organisationen, spezielle Trainingsformen, Transfer, Evaluation
- Neuere Ansätze wie E-learning, Computersimulationen, selbstorganisiertes Lernen, Outdoor. altersgerechte PE, u.a.

Literaturhinweise:

- Rosenstiel, L. von, Regnet, E. & Domsch, M. (2003). Führung von Mitarbeitern (5. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Schuler, H. (Hrsg.) (2001). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.
- Sonntag, K. (Hrsg.) (2006). Personalentwicklung in Organisationen. Göttingen: Hogrefe.
- Sowie spezielle Literatur zu den einzelnen Themenblöcken auf der Literaturliste im Internet.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen, mögliche Strategien und Verfahren der Personalentwicklung. Sie sind mit den möglichen konkreten Maßnahmen vertraut. Insbesondere wissen Sie, wie man Bedarfsanalysen durchführt, aus diesen Lernziele ableitet und darauf aufsetzend maßgeschneiderte Maßnahmen auswählt oder entwickelt und den Transfer sicherstellt. Sie können die Qualität von angebotenen Maßnahmen beurteilen und selbst für Qualitätssicherung sorgen, sowie ihre Maßnahmen evaluieren.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 108 von 152

Unit WP4002 Personalentwicklung - Trainingskompetenz

zugeordnet zu: Modul WP40

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Trainerkompetenz:

- Worauf kommt es bei der Durchführung von PE-Maßnahmen an?
- Wie sollten sich die Trainer verhalten?
- Wo sind schwierige Situationen, wie kann man ihnen vorausschauend und aktuell begegnen?
- Persönliche Anforderungen an Seminarleiter
- Umgang mit Widerstand

Inhalte:

- Anfangs- und Endsituationen
- Aufbau eines Trainings
- Allgemeine Methoden im Training wie Lehrgespräche, Gruppenarbeit, Ergebnissicherung, Transfersicherung
- Spezielle Methoden wie Metakommunikation, Selbstreflexion, Feedback, Rollenspiele
- Fallbeispiele etc.

Literaturhinweise:

- Weinert, F. E. & Mandl, H. (Hrsg.) Psychologie der Erwachsenenbildung.
- Enzyklopädie der Psychologie, Serie «Pädagogische Psychologie». Göttingen: Hogrefe.
- Ott, B. Grundlagen des beruflichen Lernens und Lehrens. Berlin: Cornelsen.
- Funcke, A. & Rachow, A. Rezeptbuch für lebendiges Training. Bonn: managerSeminare Verlags GmbH.
- Sowie spezielle Literatur zu den einzelnen Methoden auf der Literaturliste im Internet.

Lehrvoraussetzungen:

Siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden sind mit den Anforderungen von Trainings und dem erforderlichen Trainerverhalten vertraut. Sie kennen die im Training nötigen Methoden und können sie einsetzen. Sie sind in der Lage, Lehrgespräche, Übungen und Reflexionen lernzielgerichtet zu entwickeln und durchzuführen. Sie reflektieren das Geschehen im Training und ihr Verhalten und optimieren es.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 109 von 152

Prüfungsform: Hausarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 110 von 152

Unit WP4003 Praktische Aspekte der Personalentwicklung 1

zugeordnet zu: Modul WP40

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Teil II der Theorie der PE führt Teil I weiter und bespricht bis dahin noch nicht behandelte Methoden und Verfahren sowie neuere Ansätze oder aktuelle Problemstellungen wie bspw. Computersimulationen, selbstorganisiertes Lernen, demografischer Wandel und seine Implikationen für die PE.

Literaturhinweise:

- Schuler, H. (Hrsg.) Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.
- Sonntag, K. (Hrsg.) Personalentwicklung in Organisationen. Göttingen: Hogrefe.
- Ott, B. Grundlagen des beruflichen Lernens und Lehrens. Berlin: Cornelsen.
- Sowie spezielle Literatur zu den praktischen Aspekten auf der Literaturliste im Internet.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung, weiterhin unbedingt nötig:

- Projektmanagement
- Trainingskompetenz
- Grundkenntnisse in Moderation

Lehrziele: Die Studierenden können Maßnahmen selbständig bedarfsgerecht konzeptionieren und, sofern vorrangig im psychologischen Bereich angesiedelt, auch durchführen (bei eLearning o.ä. nur Konzeption!). Sie sorgen mittels sinnvoller Qualitätsmanagementsysteme für die die Qualität ihrer Maßnahmen. Sie evaluieren und optimieren ihre Maßnahmen.

Prüfungsform: Projektarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung

WP40 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 111 von 152

Unit WP4004 Praktische Aspekte der Personalentwicklung 2

zugeordnet zu: Modul WP40

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

In Teil III geht es um die Konzeption von Personalentwicklungsmaßnahmen "nach allen Regeln der Kunst" sowie deren praktische, supervidierte Durchführung. In Verbindung mit dem Modul "Praxisprojekt" kann dies in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen eine auf dessen Belange abgestimmte Maßnahme (bspw. Training) sein. Dabei werden möglichst alle Phasen durchlaufen, die theoretisch erörtert wurden, von der Bedarfsanalyse bis zu Transfer und Evaluation.

Literaturhinweise:

- Schuler, H. (Hrsg.), Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.
- Sonntag, K. (Hrsg.), Personalentwicklung in Organisationen. Göttingen: Hogrefe.
- Ott, B. Grundlagen des beruflichen Lernens und Lehrens. Berlin: Cornelsen.
- Sowie spezielle Literatur zu den praktischen Aspekten auf der Literaturliste im Internet.

Lehrvoraussetzungen:

siehe Modul
weiterhin unbedingt nötig:
- Projektmanagement
- Trainingskompetenz
- Grundkenntnisse in Moderation

Lehrziele:

siehe: Praktische Aspekte der Personalentwicklung 1

Prüfungsform:

Projektarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalauswahl

WP41 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 112 von 152

Modul WP41 Berufsfeldorientierung: Personalauswahl

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den vier Units

1. Theoretische Grundlagen der Personalauswahl 1
2. Theoretische Grundlagen der Personalauswahl 2
3. Statistische Methoden der Personalauswahl
4. Praktische Übungen zur Personalauswahl.

Lehrinhalte siehe Unit Beschreibungen

Literaturhinweise: Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele: Die Studierenden kennen die wichtigsten Verfahren zur Personalauswahl, die jedem Verfahren zugrundeliegenden psychologischen Annahmen bzw. Voraussetzungen und sind gegenüber diesen Verfahren kritikfähig. Außerdem sind sie in der Lage, den Prozess der Personalauswahl selbstständig in einem Unternehmen auf der Basis einer Anforderungsanalyse "state of the art" zu implementieren.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Lammers

Prüfungsform: Das Modul wird durch eine Fachprüfung (Mündliche Prüfung) geprüft. Zusätzlich werden zu jeder Unit die dort genannten

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalauswahl

WP41 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 113 von 152

Teilprüfungen angeboten, von denen der Studierende 2 ablegen muss.

1. Theoretische Grundlagen der Personalauswahl 1: Referat
2. Theoretische Grundlagen der Personalauswahl 2: Referat
3. Statistische Methoden der Personalauswahl: Klausur 90 Minuten
4. Praktische Übungen zur Personalauswahl: Projektarbeit

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h

Vor- und Nachbereitung: 60 h

Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 53 h

Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 25 h

Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

Persönlichkeitspsychologie, Sozialpsychologie, Diagnostische Verfahren, Arbeits- und Organisationspsychologie, Marktforschung

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalauswahl

WP41 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 114 von 152

Unit WP4101 Theoretische Grundlagen 1 (Personalauswahl)

zugeordnet zu: Modul WP41

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Anforderungsanalysen
- Auswertung biographischer Daten
- Interviewverfahren
- Intelligenz und ihre Erfassung in Leistungstests
- Persönlichkeit und ihre Erfassung in Persönlichkeitstests
- Unseriöse Verfahren der Personalauswahl
- Assessment Center

Literaturhinweise: Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.), *Lehrbuch der Personalpsychologie* (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Weitere Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

Lehrziele: Die Studierenden lernen alle Bestandteile eines Prozesses der Personalauswahl kennen. Sie sind mit den gebräuchlichsten Verfahren vertraut und können diese anforderungs- und situationsadäquat einsetzen.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalauswahl

WP41 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 115 von 152

Unit WP4102 Theoretische Grundlagen 2 (Personalauswahl)

zugeordnet zu: Modul WP41

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Anforderungsanalysen
- Auswertung biographischer Daten
- Interviewverfahren
- Intelligenz und ihre Erfassung in Leistungstests
- Persönlichkeit und ihre Erfassung in Persönlichkeitstests
- Unseriöse Verfahren der Personalauswahl
- Assessment Center

Literaturhinweise: Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.), *Lehrbuch der Personalpsychologie* (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Weitere Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

Lehrziele: Die Studierenden lernen alle Bestandteile eines Prozesses der Personalauswahl kennen. Sie sind mit den gebräuchlichsten Verfahren vertraut und können diese anforderungs- und situationsadäquat einsetzen.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalauswahl

WP41 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 116 von 152

Unit WP4103 Statistische Methoden der Personalarbeit (Personalauswahl)

zugeordnet zu: Modul WP41

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Es werden die wichtigsten multivariaten statistischen Verfahren behandelt, die im Personalbereich zum Einsatz kommen und die der Generierung sowie der Überprüfung von Hypothesen und ggf. der Prognose von Werten dienen:

- Analyse fehlender Werte
- Multiple Regression
- Varianzanalyse
- Clusteranalyse
- Faktorenanalyse.

Literaturhinweise:

Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2016). Multivariate Analysemethoden (14. Aufl.). Berlin: Springer.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis (7th ed.). Edinburgh: Pearson.

Weitere Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse bzgl. statistischer Analysen komplexer Datensätze, wie sie typischerweise im Rahmen von Personalprojekten entstehen.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Personalauswahl

WP41 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 117 von 152

Unit WP4104 Praktische Übungen zur Personalauswahl

zugeordnet zu: Modul WP41

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Die in den theoretischen Grundlagen erarbeiteten Einzelverfahren werden durch ein komplexes praxisnahes Projekt miteinander verbunden und der Umgang mit ihnen eingeübt.

Literaturhinweise: Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.), *Lehrbuch der Personalpsychologie* (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Weitere Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

Lehrvoraussetzungen: Theoretische Grundlagen der Personalauswahl 1 + 2

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse im Aufbau und der Durchführung von Projekten zur Personalauswahl.

Prüfungsform: Projektarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Change Management

WP42 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 118 von 152

Modul WP42 Berufsfeldorientierung: Change Management

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 4. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:	<p>Das Modul besteht aus den 4 Units</p> <ol style="list-style-type: none">1. Change Management: Theoretische Grundlagen2. Konfliktmanagement3. Change Management: praktische Anwendung 14. Change Management: praktische Anwendung 2. <ul style="list-style-type: none">- Theoretische Grundlagen des Change Management- Theoretische Grundlagen des Konfliktmanagement- Praktische Aspekte des Change Management
-------------	---

Literaturhinweise:	Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der Units enthalten.
--------------------	---

Lehrziele:	<p>Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen zum Veränderungs- und Konfliktmanagement. Sie sind mit den Methoden zur Analyse der Ausgangssituation in Unternehmungen vertraut und können diese bewerten, auswählen und praktisch einsetzen. Sie sind in der Lage, Interventionen zu konzipieren, psychologisch gestützt durchzuführen sowie Veränderungsprogramme bzw. -maßnahmen zu evaluieren. Sie besitzen die Befähigung als interner oder externer Berater Change Management-Projekte psychologisch fundiert in der Praxis zu initiieren, durchzuführen und zu bewerten.</p> <p>Das Modul vermittelt überwiegend:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen- Fertigkeiten- Sozialkompetenz- Selbständigkeit <p>Als Lehrformen werden eingesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none">- Vorlesung- Übungen- Fallstudien- Rollenspiele
------------	---

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Change Management

WP42 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 119 von 152

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Klauk

Prüfungsform: Das Modul wird durch eine Fachprüfung (Klausur von 120 Minuten / Mündliche Prüfung) geprüft. Zusätzlich werden zu jeder Unit die dort genannten Teilprüfungen angeboten, von denen der Studierende 2 ablegen muss.

1. Change Management: Theoretische Grundlagen: Klausur 90 Minuten
2. Konfliktmanagement: Klausur 90 Minuten
3. Change Management: praktische Anwendung 1: Klausur 90 Minuten/Projektarbeit
4. Change Management: praktische Anwendung 2: Klausur 90 Minuten/Projektarbeit

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 60 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 53 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 25 h
Workload gesamt: 250 h

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Change Management

WP42 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 120 von 152

Unit WP4201 Change Management: Theoretische Grundlagen

zugeordnet zu: Modul WP42

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- 1 Welt im Wandel: Warum brauchen wir Change Management (CM)?
2. Ableiten von Konsequenzen für Unternehmungen
3. Arten des Change Managements(vor allem: Organisationsentwicklung, systemische Beratung, Re-Engineering)
- 4 Widerstände und Konflikte
- 5 Organisationsdiagnose
- 6 CM in Non-Profit-Organisationen
- 7 CM von Regionen
- 8 Evaluation von CM-Maßnahmen

Literaturhinweise:

- Doppler, K. & Lauterburg, C. (2002). Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten.
- Königswieser, R. & Hillebrand, M. (2004). Einführung in die systemische Organisationsberatung.
- weitere aktuelle Quellen im Seminar

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Fragen des Veränderungsmanagements. Sie sind in der Lage, auf theoretischer Ebene verschiedene Formen des Change Managements voneinander zu unterscheiden. Des Weiteren lernen sie die Besonderheiten beim Veränderungsmanagement in NOP's bzw. beim Change Management von Regionen kennen.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Change Management

WP42 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 121 von 152

Unit WP4202 Konfliktmanagement

zugeordnet zu: Modul WP42

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Widerstände und Konfliktprävention
- Diagnose sozialer Konflikte
- Bearbeitung sozialer Konflikte
- Sensorisches Konfliktmanagement

Literaturhinweise:

- Glasl, F. (2011). Konfliktmanagement (10. Auflage). Bern/Stuttgart: Paul Haupt und Freies Geistesleben
- Mohr, N., Woehe, J.M., Diebold (1998). Widerstand erfolgreich managen. Frankfurt/New York: Campus
- Kaune, A. (Hrsg., 2010). Change Management mit Organisationsentwicklung (2. Auflage). Berlin: Erich Schmidt Verlag
- Kaune, A. (2006). Widerstände und soziale Konflikte in Organisationen ganzheitlich managen. Die Personalvertretung, 7, 244-254

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden sind in der Lage, bei Veränderungsprozessen Widerstände präventiv zu managen sowie soziale Konflikte zu erkennen und konstruktiv zu bearbeiten.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Change Management

WP42 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 122 von 152

Unit WP4203 Change Management: Praktische Anwendung 1

zugeordnet zu: Modul WP42

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Besonderheiten des Change Managements in Profit Organisationen
Je nach verfügbaren Auftraggebern führen die Studierenden eigene Projekte in einer Profit-Organisation durch (z.B. VW Coaching in Wolfsburg, Bosch in Hildesheim, Siemens in Braunschweig....)
dort: Verstehen der praktischen Aufgabenstellung mit Bezug zum Thema CM, z.B.:

- Durchführung von Kostensenkungsprogrammen
- Sanierungen, Personalabbau bzw. -aufbau
- Einführung neuer EDV-Systeme (z.B. SAP)
- Reorganisationen/Restrukturierungen
- Prozessoptimierungen (z.B. durch Business Process Re- Engineering)
- Qualitätssicherungen (z.B. durch Total Quality Management)

literaturgestütztes Erarbeiten von Problemlösungen

Literaturhinweise:

- Je nach Problemfall verschieden
- Literaturliste mit ca. 50 Titeln liegt vor.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die besonderen Anforderungen, die sich beim Change Management in Profit-Organisationen stellen und sind in der Lage, Change Management-Projekte in der Praxis durchzuführen und zu bewerten.

Prüfungsform: Projektarbeit / Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Change Management

WP42 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 123 von 152

Unit WP4204 Change Management: Praktische Anwendung 2

zugeordnet zu: Modul WP42

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Einsatz der Studierenden in einer Profit- oder Non-Profit-Organisation für ca. 1 Woche im Oktober (z.B. VW Coaching, Stadt Wernigerode....)

dort: Verstehen der praktischen Aufgabenstellung mit Bezug zum Thema CM, z.B.:

- Durchführung von Kostensenkungsprogrammen
 - Sanierungen, Personalabbau bzw. -aufbau
 - Einführung neuer EDV-Systeme (z.B. SAP)
 - Reorganisationen/Restrukturierungen
 - Prozessoptimierungen (à Business Process Re-Engineering)
 - Qualitätssicherungen (à Total Quality Management)
 - Kulturwandel-Programme (z.B. Verbesserung der Kundenorientierung)
 - Programme zur Steigerung der Mitarbeiterqualität
 - Vermittlung und Verankerung einer Vision/eines Leitbildes
- danach: literaturgestütztes Erarbeiten von Problemlösungen von November bis Januar

Literaturhinweise:

- Je nach Problemfall verschieden
- Literaturliste mit ca. 50 Titeln liegt vor

Lehrvoraussetzungen:

siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden sind befähigt, als interner oder externer Berater Change Management-Projekte in der Praxis zu initiieren, durchzuführen und zu bewerten.

Prüfungsform:

Projektarbeit / Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Coaching

WP43 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 124 von 152

Modul WP43 Berufsfeldorientierung: Coaching

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 4. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:	<p>Das Modul besteht aus den 4 Units</p> <ol style="list-style-type: none">1. Coaching - theoretische Grundlagen2. Einführung in das kollegiale Coaching3. Praktische Durchführung4. Supervision und Ausarbeitung des Interventionsrepertoires. <ul style="list-style-type: none">- Theorie des Coaching- Grundlagen und Praxis der kollegialen Beratung- Supervision
-------------	--

Literaturhinweise:	Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.
--------------------	---

Lehrziele:	<p>Die Studierenden verfügen über ein Coachingkonzept, das theoretische Grundlagen sowie ein Interventionsrepertoire beinhaltet. Sie sind in der Lage, eigenständig einen Beratungsprozess zu steuern und Lösungen prozesshaft und interaktiv zu entwickeln und geeignete Interventionen dafür aus ihrem Repertoire auszuwählen. Sie verfügen über eine Selbst- und Fremdeinschätzung ihrer Coaching-Kompetenzen und kennen deren Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie können die Qualität von angebotenen Maßnahmen beurteilen und selbst für Qualitätssicherung sorgen.</p> <p>Das Modul vermittelt überwiegend:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen- Fertigkeiten- Sozialkompetenz- Selbständigkeit <p>Als Lehrformen werden eingesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none">- Vorlesung- Übungen- Fallstudien- Rollenspiele
------------	--

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Coaching

WP43 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 125 von 152

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Müller

Prüfungsform: Das Modul wird durch eine Fachprüfung (Klausur 120 Minuten / mündliche Prüfung) geprüft. Zusätzlich werden zu jeder Unit die dort genannten Teilprüfungen angeboten, von denen der Studierende 2 ablegen muss.

1. Coaching - theoretische Grundlagen: Klausur 90 Minuten
2. Einführung in das kollegiale Coaching: Referat
3. Praktische Durchführung: Projektarbeit
4. Supervision und Ausarbeitung des Interventionsrepertoires: Referat

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 60 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 53 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 25 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme: notwendige Voraussetzungen:
- Teilnahme am Einzelcoaching

empfohlene Voraussetzungen:
- Allgemeine Psychologie
- Persönlichkeitspsychologie

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Coaching

WP43 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 126 von 152

Unit WP4301 Coaching - Theoretische Grundlagen

zugeordnet zu: Modul WP43

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Begriffsklärung und Abgrenzungen:

- Supervision
- Therapie
- Mentoring
- internes und externes Coaching
- Stabs- und Liniencoaching

Theoretische und methodische Zugänge zu Coaching:

- Kommunikationstheorie
- Transaktionsanalyse
- NLP
- Psychodrama
- Gestalttherapie
- Psychoanalyse
- nichtdirektive Beratung

Literaturhinweise:

wird im Seminar bekannt gegeben

Lehrvoraussetzungen:

siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über ein Coaching-Konzept, das theoretische Grundlagen sowie ein Interventionsrepertoire beinhaltet. Sie sind in der Lage, einen Coachingprozess (Einzelcoaching) eigenverantwortlich durchzuführen. Sie verfügen über eine Selbst- und Fremdeinschätzung ihrer Coaching-Kompetenzen und deren Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie können die Qualität von angebotenen Maßnahmen beurteilen und selbst für Qualitätssicherung sorgen.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Coaching

WP43 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 127 von 152

Unit WP4302 Einführung in das kollegiale Coaching

zugeordnet zu: Modul WP43

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Einführung in Theorie und Praxis der kollegialen Beratung (Intervision)
- Durchführung und Auswertung der kollegialen Beratung
- Übungen zur Hinführung an das Beratungsgespräch
- Übungen zu Selbst- und Fremdwahrnehmung
- Kontraktgespräch

Literaturhinweise: wird im Seminar bekannt gegeben

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über ein Coaching-Konzept, das theoretische Grundlagen sowie ein Interventionsrepertoire beinhaltet. Sie sind in der Lage, einen Coachingprozess (Einzelcoaching) eigenverantwortlich durchzuführen. Sie verfügen über eine Selbst- und Fremdeinschätzung ihrer Coaching-Kompetenzen und deren Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie können die Qualität von angebotenen Maßnahmen beurteilen und selbst für Qualitätssicherung sorgen.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Coaching

WP43 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 128 von 152

Unit WP4303 Praktische Durchführung von Einzelcoaching

zugeordnet zu: Modul WP43

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Durchführung von zwei Coachingprozessen pro Teilnehmer, jeweils eine live-Supervision und begleitende Supervision in der Gruppe.

Literaturhinweise: wird im Seminar bekannt gegeben

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über ein Coaching-Konzept, das theoretische Grundlagen sowie ein Interventionsrepertoire beinhaltet. Sie sind in der Lage, einen Coachingprozess (Einzelcoaching) eigenverantwortlich durchzuführen. Sie verfügen über eine Selbst- und Fremdeinschätzung ihrer Coaching-Kompetenzen und deren Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie können die Qualität von angebotenen Maßnahmen beurteilen und selbst für Qualitätssicherung sorgen.

Prüfungsform: Projektarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Coaching

WP43 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 129 von 152

Unit WP4304 Supervision und Ausarbeitung des Interventionsrepertoires

zugeordnet zu: Modul WP43

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Gezielte Inputs zur Verfeinerung des methodischen Repertoires
- Zielvereinbarungen
- Kriterien der Prozessdiagnose
- Anleitung zu schriftlichen Aufzeichnung des Prozesses
- Prozessdokumentation
- Prozessverlauf
- Abschlussgespräch
- Krisen im Coaching

Literaturhinweise: wird im Seminar bekannt gegeben

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über ein Coaching-Konzept, das theoretische Grundlagen sowie ein Interventionsrepertoire beinhaltet. Sie sind in der Lage, einen Coachingprozess (Einzelcoaching) eigenverantwortlich durchzuführen. Sie verfügen über eine Selbst- und Fremdeinschätzung ihrer Coaching-Kompetenzen und deren Grenzen und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie können die Qualität von angebotenen Maßnahmen beurteilen und selbst für Qualitätssicherung sorgen.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie

WP44 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 130 von 152

Modul WP44 Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt: Das Modul besteht aus den Units

1. Konsumentenmotive
2. Verkäufer-Kunde-Interaktion
3. Werbegestaltung 1
4. Werbegestaltung 2.

- Möglichkeiten und Methoden der Erfassung automatischer Reaktionen von Konsumenten auf Produkte und Marken
- die psychologische Seite der direkten Interaktion zwischen Verkäufer und Kunde
- Formen der Werbegestaltung aus psychologischer Sicht

Literaturhinweise: Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele: Die Studierenden kennen die Anwendungsmöglichkeiten der Psychologie im Bereich der Werbung und des Konsumentenverhaltens. Sie kennen die Wirkungsweisen verschiedener Formen der Werbegestaltung und können Werbung auf ihre Effektivität hin beurteilen und eigene Vorschläge zur effektiven Werbegestaltung machen. Sie kennen zudem die psychologischen Effekte, die in der Interaktion von Verkäufern mit ihren Kunden wirksam werden - auch hier können die Studierenden gegebene Verhaltensbeispiele beurteilen und Vorschläge zur Verbesserung machen. Die Studierenden kennen unterschiedliche Zugangswege zur Erforschung der Konsumentenbedürfnisse, insbesondere beherrschen sie Techniken zur Ermittlung unbewusster Konsumentenmotive. Die Studierenden befinden sich auf dem aktuellen Stand der Forschung zu den Themen der psychologischen Konsumentenforschung. Sie sind in der Lage, das erworbene psychologische Theorienwissen eigenständig in Handlungsanweisungen umzusetzen.

Das Modul vermittelt überwiegend:
- Wissen

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie

WP44 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 131 von 152

- Fertigkeiten

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Felser

Prüfungsform: Das Modul wird durch eine Fachprüfung (Klausur 120 Minuten / mündliche Prüfung) geprüft. Zusätzlich werden zu jeder Unit die dort genannten Teilprüfungen angeboten, von denen der Studierende 2 ablegen muss.

1. Konsumentenmotive: Referat
2. Verkäufer-Kunde-Interaktion: Bestandteil der Fachprüfung
3. Werbegestaltung 1: Klausur 90 Minuten
4. Werbegestaltung 2: Bestandteil der Fachprüfung

ECTS-Punkte und Workload: Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 60 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 53 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 25 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme: notwendige Voraussetzungen:
- Allgemeine Psychologie
- Persönlichkeitspsychologie und psychologische Diagnostik
- Methodenlehre
- Sozialpsychologie
- Markt- und Konsumpsychologie

empfohlene Voraussetzungen:
- Marktforschung
- Marketing

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie

WP44 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 132 von 152

Unit WP4401 Konsumentenmotive

zugeordnet zu: Modul WP44

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Es werden Möglichkeiten und Methoden vorgestellt automatische Reaktionen von Konsumenten auf Produkte und Marken zu erfassen. Neben traditionellen Methoden (z.B. projektive Verfahren) werden insbesondere neuere computergestützte Verfahren (z.B. impliziter Assoziationstest) zur Messung unbewusster Einstellungen diskutiert und praktisch erprobt.

Literaturhinweise: richtet sich nach dem Stand der Forschung. Z.B.:

- Brunel, F. F., Tietje, B. C. & Greenwald, A. G. (2004). Is the Implicit Association Test a valid and valuable measure of implicit consumer social cognition? *Journal of Consumer Psychology*, 14(4), 385-404.
- Kepper, G. (1996). *Qualitative Marktforschung. Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien.* Wiesbaden: Deutscher Universitäts Verlag.
- Salcher, E. F. (1995). *Psychologische Marktforschung.* Berlin: de Gruyter.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden kennen die Anwendungsmöglichkeiten der Psychologie im Bereich der Werbung und des Konsumentenverhaltens. Sie kennen die Wirkungsweisen verschiedener Formen der Werbegestaltung und können Werbung auf ihrer Effektivität und eigene Vorschläge zur effektiven Werbegestaltung machen. Studierende kennen die psychologischen Effekte, die in der Interaktion von Verkäufern mit ihren Kunden wirksam werden. Sie können gegebene Verhaltensbeispiele beurteilen und Vorschläge zur Verbesserung machen. Sie kennen unterschiedliche Zugangswege zur Erforschung der Konsumentenbedürfnisse, beherrschen Techniken zur Ermittlung unbewusster Konsumentenmotive. Sie sind auf dem aktuellen Stand der Forschung zu den Themen der psychologischen Konsumentenforschung.

Prüfungsform: Referat

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie

WP44 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 133 von 152

Unit WP4402 Verkäufer-Kunde-Interaktion

zugeordnet zu: Modul WP44

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Thema ist die psychologische Seite der direkten Interaktion zwischen Verkäufer und Kunde.
Zentrale Fragestellungen sind:

- Welche Eigenschaften zeichnen einen guten Verkäufer aus?
- Welches Verkäuferverhalten hat den stärksten Einfluss auf die Kundenzufriedenheit?
- Wie muss ein wissenschaftlich begründetes Verkäufertraining aussehen?

Literaturhinweise:

Nerdinger, F. W. (2001). Psychologie des persönlichen Verkaufs. München: Oldenburg.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden kennen die Anwendungsmöglichkeiten der Psychologie im Bereich der Werbung und des Konsumentenverhaltens. Sie kennen die Wirkungsweisen verschiedener Formen der Werbegestaltung und können Werbung auf ihrer Effektivität und eigene Vorschläge zur effektiven Werbegestaltung machen. Studierende kennen die psychologischen Effekte, die in der Interaktion von Verkäufern mit ihren Kunden wirksam werden. Sie können gegebene Verhaltensbeispiele beurteilen und Vorschläge zur Verbesserung machen. Sie kennen unterschiedliche Zugangswege zur Erforschung der Konsumentenbedürfnisse, beherrschen Techniken zur Ermittlung unbewusster Konsumentenmotive. Sie sind auf dem aktuellen Stand der Forschung zu den Themen der psychologischen Konsumentenforschung.

Prüfungsform: Bestandteil der Fachprüfung

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie

WP44 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 134 von 152

Unit WP4403 Werbegestaltung 1

zugeordnet zu: Modul WP44

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: In der Veranstaltung wird diskutiert, welche Formen der Werbegestaltung aus psychologischen Gründen effektiv und empfehlenswert sind. Zum einen werden hierzu Gestaltungsempfehlungen von Werbepraktikern bzw. aus einem nichtpsychologischen Kontext auf ihre wissenschaftliche Haltbarkeit überprüft. Zum anderen werden psychologische Forschungsergebnisse zusammengestellt, aus denen sich Gestaltungsempfehlungen ableiten lassen.

Literaturhinweise:

- Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie (4. Auflage). Heidelberg: Spektrum.
- Meyer-Hentschel Management Consulting (1993). Erfolgreiche Anzeigen. Kriterien und Beispiele zur Beurteilung und Gestaltung (2.Auflage). Wiesbaden: Gabler.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden kennen die Anwendungsmöglichkeiten der Psychologie im Bereich der Werbung und des Konsumentenverhaltens. Sie kennen die Wirkungsweisen verschiedener Formen der Werbegestaltung und können Werbung auf ihrer Effektivität und eigene Vorschläge zur effektiven Werbegestaltung machen. Studierende kennen die psychologischen Effekte, die in der Interaktion von Verkäufern mit ihren Kunden wirksam werden. Sie können gegebene Verhaltensbeispiele beurteilen und Vorschläge zur Verbesserung machen. Sie kennen unterschiedliche Zugangswege zur Erforschung der Konsumentenbedürfnisse, beherrschen Techniken zur Ermittlung unbewusster Konsumentenmotive. Sie sind auf dem aktuellen Stand der Forschung zu den Themen der psychologischen Konsumentenforschung.

Prüfungsform: Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie

WP44 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 135 von 152

Unit WP4404 Werbegestaltung 2

zugeordnet zu: Modul WP44

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Ein entscheidender Vorteil von Psychologen in der Wirtschaft gegenüber Ökonomen besteht in der Forschungsnahe der Psychologie. Die Veranstaltung soll die Kenntnis insbesondere neuerer Forschungsergebnisse zu den Themen Werbepsychologie und Konsumentenverhalten vertiefen.

Literaturhinweise: Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie (4. Auflage). Heidelberg: Spektrum.
sowie einschlägige Publikationen z.B. aus:
- Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung
- Journal of Consumer Psychology
- Journal of Consumer Research

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden kennen die Anwendungsmöglichkeiten der Psychologie im Bereich der Werbung und des Konsumentenverhaltens. Sie kennen die Wirkungsweisen verschiedener Formen der Werbegestaltung und können Werbung auf ihrer Effektivität und eigene Vorschläge zur effektiven Werbegestaltung machen. Studierende kennen die psychologischen Effekte, die in der Interaktion von Verkäufern mit ihren Kunden wirksam werden. Sie können gegebene Verhaltensbeispiele beurteilen und Vorschläge zur Verbesserung machen. Sie kennen unterschiedliche Zugangswege zur Erforschung der Konsumentenbedürfnisse, beherrschen Techniken zur Ermittlung unbewusster Konsumentenmotive. Sie sind auf dem aktuellen Stand der Forschung zu den Themen der psychologischen Konsumentenforschung.

Prüfungsform: Bestandteil der Fachprüfung

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 136 von 152

Modul WP45 Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den 4 Units

1. Markenführung 1: Markenmanagement
2. Markenführung 2: Produktinnovation
3. Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung
4. Fallstudien zum Konsumgütermarketing.

Grundlagen und Rahmenbedingungen der Markenpolitik, Ziele der Markenpolitik, Entwicklung der Markenidentität, Markenpositionierung, Markengestaltung, Markenstrategien, Markenkontrolle Grundlagen der Produktinnovation, Marktanalysen und Trendforschung, Gewinnung von Produktideen, Methoden der Konzeptentwicklung, Produktentwicklung und Produkttest, Markteinführung und Markttest, Kommunikationsinstrumente, integrierte Kommunikation, Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung, psychologische und neuropsychologische Grundlagen der Marken- und Werbegestaltung, Brand-Code-Management, Marketing-Mix

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Lehrziele:

Die Studierenden können die Bedeutung der Markenpolitik aufzeigen, kennen die Erscheinungsformen und Funktionen von Marken sowie die strategischen Entscheidungsbereiche der Markenpolitik. Zudem sind sie in der Lage, operative Entscheidungen der Markenführung in Bezug auf die Festlegung der Markenidentität, der Markenpositionierung und der Markengestaltung zu treffen. Die Studierenden kennen die Entscheidungsfelder im Rahmen des Produktinnovationsprozesses und die Probleme, die mit der Entwicklung und Einführung neuer Produkte verbunden sind. Sie sind in der Lage, Produktideen zu generieren und diese in einem Produktkonzept zu konkretisieren. Sie kennen die Probleme und Aufgabenfelder im Zusammenhang mit der (physischen) Produktentwicklung und sind in der Lage, die im Produktinnovationsprozess relevanten Methoden der Marktforschung anzuwenden. Die Studierenden können die verschiedenen Maßnahmen der Kommunikationspolitik der

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 137 von 152

»Above-the-line«-Kommunikation bzw. der »Below-the-line«-Kommunikation zurechnen und kennen deren Einsatzmöglichkeiten für die unterschiedlichen Aufgabenstellungen im Marketing. Sie können die Besonderheiten der Online-Werbung benennen und kennen wesentliche Gestaltungsfaktoren dieser Werbeform. Die Studierenden kennen typische Maßnahmen der handels- und verbrauchergerichteten Verkaufsförderung und können in diesem Zusammenhang die Probleme von Preisaktionen erklären. Sie erkennen die Bedeutung des Event-Marketing im Rahmen multisensualer Marketingkonzepte und wissen, welche Bedeutung Sponsoring und Product- Placement für die Kommunikationspolitik haben. Die Studierenden können den gesamten Planungs- und Entscheidungsprozess einer Werbekampagne nachvollziehen und sind in der Lage, ein Werbebriefing sowie eine Copy- Strategie zu formulieren, anhand der Kriterien der Mediawahl einen Vorschlag für die Auswahl geeigneter Werbemedien zu unterbreiten und die von einer Werbeagentur vorgestellten Werbemittel kritisch zu bewerten. Sie kennen verschiedene Techniken der Werbemittelgestaltung und wissen, welche Möglichkeiten der Werbewirkungsforschung es gibt. Die Studierenden kennen die psychologischen Grundlagen der Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung und sind fähig, differenzierte Werbekonzepte für unterschiedliche "Involvement-Bedingungen" zu konzipieren. Sie kennen die aktuellen Erkenntnisse aus der neuropsychologischen Marketingforschung und sind in der Lage, Konsumgütermarken auf der Grundlage dieser Erkenntnisse zu analysieren. Die Studierenden können den kompletten Planungs- und Entscheidungsprozess bei der Entwicklung einer Marketingkonzeption für Konsumgüter - unter Berücksichtigung des integrierten Einsatzes aller Marketinginstrumente (Marketing-Mix) - am Beispiel einer Fallstudie aufzuzeigen.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Seminar
- Übungen
- Fallstudien

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Hehn

Prüfungsform:

Das Modul wird durch eine Fachprüfung (Klausur 120 Minuten / mündliche Prüfung) geprüft. Zusätzlich werden zu jeder Unit die dort genannten Teilprüfungen angeboten, von denen der Studierende 2 ablegen muss.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 138 von 152

1. Markenführung 1: Markenmanagement: Klausur 90 Minuten
2. Markenführung 2: Produktinnovation: Hausarbeit
3. Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung: Klausur 90 Minuten
4. Fallstudien zum Konsumgütermarketing.: Hausarbeit

ECTS-Punkte und
Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 60 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 53 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 25 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die
Teilnahme:

Grundlagenkenntnisse des Marketing aus dem Modul Marketing im Grundstudium.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 139 von 152

Unit WP4501 Markenführung 1

zugeordnet zu: Modul WP45

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Grundlagen der Markenführung
- Grundlegende Aspekte des Aufbaus von Marken / Dimensionen der Markenpersönlichkeit
- Aufbau von Markenbildern / Aufbau von Erlebniswelten für Marken
- Markenpositionierung als Grundlage der Markenführung
- Branding/ Markenstrategien
- Prozess der Namenfindung
- Einzel-, Familien- und Dachmarken
- Markendehnung und Markenallianzen
- Messung des Markenwertes
- Überblick über die Ansätze zur Messung des Markenwertes
- Kundenorientierte Messung des Markenwertes
- Messung: Markenstärke durch Markeneisberg/ Markenzufriedenheit/Markenloyalität

Literaturhinweise:

- Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 6. Aufl. München 2010
- Baumgarth, C.: Markenpolitik, Wiesbaden 2008
- Scheier, C., Held, D.: Was Marken erfolgreich macht , Freiburg 2007
- Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, Einführung in Theorie und Praxis. 6. völlig überarbeitete Aufl., Kap. Markenpolitik Stuttgart 2016
- Meffert, H. Burmann, C., Koers, M.: Grundfragen der identitätsorientierten Markenführung, 2. Aufl., Wiesbaden 2005

Lehrvoraussetzungen:

Grundlagenkenntnisse des Marketing aus dem Modul Marketing im Grundstudium

Lehrziele:

Lernergebnis:

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die elementaren Fragestellungen und Entscheidungsprobleme im Markenmanagement zu verstehen. Auf dieser Grundlage können sie den Aufbau und die Führung von Marken im Rahmen realistischer Fallstudien planen und realisieren.

Die Studierenden werden befähigt...:

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 140 von 152

- die zentralen Begriffe und Konzepte des Markenmanagements zu verstehen
- die aktuellen Rahmenbedingungen und Probleme des Markenmanagements beim Aufbau und bei der Führung von Marken zu berücksichtigen
- die Erkenntnisse der aktuellen (neuro-)psychologischen Forschung bei der Entwicklung und Gestaltung von Marken zu berücksichtigen
- ein Zielsystem für das Markenmanagement zu entwickeln und zu operationalisieren
- den Aufbau der Markenidentität für eine Marke unter Anwendung geeigneter Instrumente (z.B. Markensteuerrad) zu planen
- die Positionierung für eine Marke auf der Grundlage geeigneter Positionierungsmodelle vorzunehmen
- markentechnische Entscheidungen im Rahmen des Branding zu treffen (z.B. Markenname und Markenlogo)
- die kommunikationspolitischen Maßnahmen im Sinne des Aufbaus klarer Markenbilder integrativ aufeinander abzustimmen
- geeignete Markenstrategien für unterschiedliche Entscheidungssituationen festzulegen
- die Gestaltungsmöglichkeiten im Zusammenhang mit der Dehnung von Marken situationsspezifisch aufzuzeigen
- Gestaltungsmöglichkeiten sowie Chancen und Risiken von Markenallianzen aufzuzeigen
- geeignete Methoden für die Messung des Markenwertes im Rahmen des Markencontrolling einzusetzen.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 141 von 152

Unit WP4502 Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung

zugeordnet zu: Modul WP45

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Werbung als Teil der Marktkommunikation
- Modelle der Wahrnehmung von Werbung
- Strategische Handlungsoptionen der Wahrnehmungsmodelle
- Kommunikation mit Low Involvierten
- Kommunikation mit High Involvierten
- Werbemittelgestaltung
- Auswahl geeigneter Werbemedien
- Methoden der Werbewirkungsforschung

Literaturhinweise:

- Lachmann, U.: Wahrnehmung und Gestaltung der Werbung , Hamburg, 2002
- Kroeber-Riel, W.; Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung, 6. Aufl., Stuttgart, 2004
- Scheier, C.; Held, D.: Wie Werbung wirkt, Freiburg 2006
- Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing,. Einführung in Theorie und Praxis. 4. völlig überarbeitete Aufl., Kapitel Kommunikationspolitik, Stuttgart 2009
- Schweiger, G.; Schrattenecker, G.: Werbung, 6. Aufl. Stuttgart 2005

Lehrvoraussetzungen:

Grundlagenkenntnisse des Marketing aus dem Modul Marketing im Grundstudium

Lehrziele:

Lernergebnis:

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die elementaren Fragestellungen und Entscheidungsprobleme im Zusammenhang mit der Planung und Realisierung von Werbekampagnen zu verstehen. Auf dieser Grundlage können sie für typische Entscheidungsbedingungen geeignete Werbemedien und Werbemittel auswählen und konkrete Vorschläge von Werbeagenturen kritisch bewerten.

Die Studierenden werden befähigt...:

- die zentralen Begriffe und Konzepte der Werbung zu verstehen
- die aktuellen Rahmenbedingungen und Probleme der Werbung bei der Planung einer Werbekampagne zu berücksichtigen

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 142 von 152

- die Erkenntnisse der psychologischen Werbeforschung bei der Entwicklung und Gestaltung von Werbemaßnahmen zu berücksichtigen
- ökonomische sowie psychologische Werbeziele zu formulieren und zu operationalisieren
- die Eignung verschiedener Werbemittel sowie Werbemedien unter der so genannten "Low-" oder "High-Involvement" Bedingung zu bewerten
- verschiedene Werbestrategien im Hinblick auf die Beeinflussung der Konsumenten in unterschiedlichen Phasen des Kaufentscheidungsprozesses zu entwickeln
- anhand von geeigneten Kriterien Gestaltungsvorschläge von Werbeagenturen kritisch bewerten
- geeignete Methoden für die Messung der Werbewirkung einzusetzen.

Prüfungsform:

Klausur 90 Minuten

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 143 von 152

Unit WP4503 Markenführung 2

zugeordnet zu: Modul WP45

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Marken steuern in erheblichem Ausmaß das Kaufverhalten. Durch Marken können Konsumenten ihren Lebensstil inszenieren und somit ihre Wertvorstellungen vermitteln. Die Studierenden werden mit ausgewählten Aspekten der modernen Markenführung vertraut gemacht. Anhand von praktischen Beispielen und Fallstudien sollen typische Entscheidungsprobleme und Lösungsansätze der Markenführung vertieft werden.

- Innovationsbegriff und Arten von Innovationen
- Innovationsziele
- Strategische Grundlagen für Innovationsprozesse
- Innovationsprozesse
- Informationsgrundlagen für Innovationsprozesse
- Auswahl von Zielmärkten
- Prozess und Methoden der Ideenfindung und -bewertung
- Phasen der Konzeptentwicklung und Konzepttests
- Produktentwicklung und Produkttest
- Planung und Test der Markteinführung
- Fallstudien zur Produktinnovation

Literaturhinweise:

- Kotler, P; Keller, K.L.; Bliemel, F.: Marketing-Management, Kapitel Kap. 10, 12. Auflage, München u.a. 2007
- Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, Einführung in Theorie und Praxis. 4. völlig überarbeitete Aufl., Stuttgart 2009
- Homburg, C.; Hohmer, H.: Marketingmanagement, Strategie Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 2. Aufl., Wiesbaden 2006
- Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte- Instrumente - Praxisbeispiele, 10. Aufl., Wiesbaden 2008

Lehrvoraussetzungen:

Grundlagenkenntnisse des Marketing aus dem Modul Marketing im Grundstudium

Lehrziele:

Lernergebnis:

Die Studierenden können unter Anwendung des strategischen und operativen Instrumentariums des Marketings sowie geeigneter

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 144 von 152

Methoden der Marktforschung einen Innovationsprozess für Konsumgüter planen, steuern und realisieren.

Kompetenzen:

Die Studierenden werden befähigt...:

- die zentralen Begriffe und Konzepte des Innovationsmanagements zu verstehen
- Innovationsprozesse auf der Basis grundlegender Marketingstrategien zu initiieren
- einen geeigneten Zielmarkt mit Hilfe relevanter Marktdaten auszuwählen
- Produktideen mittels verschiedener Verfahren der Ideenfindung zu generieren und anhand qualitativer und quantitativer Verfahren zu bewerten
- Produktkonzepte für erfolgversprechende Ideen zu entwickeln und mittels moderner Verfahren der quantitativen und qualitativen Marktforschung zu testen
- Entscheidungen im Hinblick auf die Markteinführungsphase zu planen und geeignete Methoden für einen Markttest auszuwählen
- Innovationsprozesse am Beispiel einer realistischen Fallstudie im Team und in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen zu planen und zu realisieren

Prüfungsform:

Hausarbeit

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing

WP45 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 145 von 152

Unit WP4504 Fallstudien zum Konsumgütermarketing

zugeordnet zu: Modul WP45

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Projektvorstellung und Informationsgrundlagen zu den beteiligten Unternehmen
- Projektbesprechungen zu festgelegten Projektabschnitten

Alle anderen Inhalte orientieren sich an der konkreten Fragestellung, die in jedem Semester neu definiert wird und sich immer an aktuellen Entwicklungen im Konsumgütermarketing ausrichtet.

Literaturhinweise: Wird themenspezifisch in der Veranstaltung bekannt gegeben

Lehrvoraussetzungen: Grundlagenkenntnisse des Marketing aus dem Modul Marketing im Grundstudium, Markenmanagement, Innovationsmanagement

Lehrziele:

Lernergebnis:
Die Studierenden können im Team eine komplexe Fragestellung aus der Marketing-Unternehmenspraxis der Konsumgüterindustrie erfolgreich bearbeiten. Sie sind in der Lage, ihr gesamtes im Studium vermitteltes Marketingwissen (Grundlagen des Marketing, Innovationsmanagement, Markenmanagement) auf einen konkreten Fall anzuwenden und ihre Ergebnisse Vertretern des Marketings der am Projekt beteiligten Unternehmen zu präsentieren.

Kompetenzen:

Die Studierenden werden befähigt...:

- für die Aufgabenstellung aus der Unternehmenspraxis ein "Rebriefing" zu formulieren
- eine Projektgruppe zu bilden und gemeinsam einen Projektplan zu entwickeln
- die Informationsgrundlagen für das Projekt durch Internetrecherchen zu beschaffen und in die Projektarbeit einfließen zu lassen
- die praktischen Lösungsansätze theoretisch zu begründen
- eine professionelle Powerpoint-Präsentation zu erstellen

Prüfungsform: Hausarbeit

Stand: 31. Oktober 2017

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

WP46 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 146 von 152

Modul WP46 Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

zugeordnet zum Curriculum:

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 4. Fachsemester

880 Wirt.-psych. (B. Sc.), 6. Fachsemester

Fachsemester:	6
Semesterwochenstunden:	8
ECTS-Punkte:	10

Lehrinhalt:

Das Modul besteht aus den vier Units

1. Datenerhebung
2. Datenanalyse 1
3. Datenanalyse 2
4. Praktische Übungen zur Marktforschung

Es werden die wichtigsten Verfahren der Datenerhebung und der Ziehung von Stichproben behandelt. Themen sind u. a.:

- Fragebogen, Interview, Gruppendiskussionen
- Online-Marktforschung
- Stichprobengenerierung

In Datenanalyse 1 und 2 werden die wichtigsten multivariaten statistischen Verfahren behandelt, die zur Generierung und Überprüfung von Hypothesen benötigt werden, die im Umfeld von Marktforschungsprojekten auftreten.

- Multiple Regression
- Varianzanalyse
- Faktorenanalyse
- Clusteranalyse
- Korrespondenzanalyse
- Analyse von Entscheidungsbäumen.

Praktische Übungen:

- Einführung in die Wahrnehmungs- und Präferenzforschung
- Erstellung eines Untersuchungsdesigns
- ggf. Programmierung der notwendigen Software
- Datenerhebung
- Datenauswertung
- Präsentation der Ergebnisse

Literaturhinweise:

Die Literaturhinweise sind in den Beschreibungen der einzelnen Units enthalten.

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

WP46 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 147 von 152

Lehrziele:

Die Studierenden können einen Marktforschungsprozess mit den Teilabschnitten "Datenerhebung" und "Datenanalyse" rechnergestützt selbstständig durchführen. Hierbei können sie für die Datenanalyse die Statistiksoftware SPSS anwenden. Sie verfügen über vertiefte Kenntnisse in der statistischen Analyse komplexer Datensätze und wie diese typischerweise im Rahmen von Marktforschungsprojekten entstehen. Die Studierenden sind für die Gefahren, die mit einer unreflektierten Benutzung von Statistikprogrammen einhergehen und somit eine methodische einwandfreie Vorgehensweise gefährden, sensibilisiert.

Das Modul vermittelt überwiegend:

- Wissen
- Fertigkeiten
- Sozialkompetenz
- Selbständigkeit

Als Lehrformen werden eingesetzt:

- Vorlesung
- Übungen
- Fallstudien
- Rollenspiele

Modulverantwortlicher:

Prof. Dr. Lammers

Prüfungsform:

Das Modul wird durch eine Fachprüfung (Klausur von 120 Minuten) geprüft. Zusätzlich werden zu jeder Unit die dort genannten Teilprüfungen angeboten, von denen der Studierende 2 ablegen muss.

1. Datenerhebung: Referat
2. Datenanalyse 1: Referat
3. Datenanalyse 2: Referat
4. Praktische Übungen zur Marktforschung: Projektarbeit

ECTS-Punkte und Workload:

Dem Modul sind 10,0 ECTS-Punkte zugeteilt. Diese ergeben sich aus dem unten aufgeführten Workload:

Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 h
Vor- und Nachbereitung: 60 h
Prüfungsvorbereitung und Prüfung: 53 h
Erstellen von Studien- und Abschlussarbeiten: 25 h
Workload gesamt: 250 h

Voraussetzung für die Teilnahme:

notwendige Voraussetzungen:
- Statistik, Marktforschung

empfohlene Voraussetzungen:

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

WP46 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 148 von 152

- Fähigkeit zum strukturierten Denken
- ausreichende Englischkenntnisse, um ggf. entsprechende Literatur lesen zu können
- sicherer Umgang mit dem Computer und dem Internet, da die Veranstaltung weitgehend rechnergestützt ist

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

WP46 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 149 von 152

Unit WP4601 Datenerhebung

zugeordnet zu: Modul WP46

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte: Es werden die wichtigsten Verfahren der Datenerhebung und der Ziehung von Stichproben behandelt.
Themen sind u. a.:

- Fragebogen, Interview, Gruppendiskussionen
- Online-Marktforschung
- Stichprobengenerierung

Literaturhinweise:

- Borg, I. (2000). *Führungsinstrument Mitarbeiterbefragung* (2. Auflage). Göttingen: Verlag für angewandte Psychologie.
- Lütters, H. (2004). *Online-Marktforschung*. Wiesbaden: Gabler.
- Schumann, S. (2000). *Repräsentative Umfrage* (3. Auflage). München: Oldenbourg.

Darüber hinaus wird zu den einzelnen Themen Spezialliteratur eingesetzt.

Lehrvoraussetzungen: siehe Modulbeschreibung

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse, wie Daten über die verschiedenen Wege und Medien zu gewinnen sind und welche Probleme und Schwierigkeiten jeweils damit verbunden sind.

Prüfungsform: Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

WP46 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 150 von 152

Unit WP4602 Datenanalyse 1

zugeordnet zu: Modul WP46

Fachsemester: 5

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Es werden die wichtigsten multivariaten statistischen Verfahren behandelt, die zur Generierung und Überprüfung von Hypothesen benötigt werden, die im Umfeld von Marktforschungsprojekten auftreten.

- Multiple Regression
- Varianzanalyse
- Faktorenanalyse
- Clusteranalyse
- Korrespondenzanalyse
- Analyse von Entscheidungsbäumen.

Literaturhinweise:

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2016). *Multivariate Analysemethoden* (14. Auflage). Berlin: Springer.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Edinburgh: Pearson.

Darüber hinaus wird zu den einzelnen Themen Spezialliteratur eingesetzt.

Lehrvoraussetzungen:

siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse in der statistischen Analyse komplexer Datensätze und wie sie typischerweise im Rahmen von Marktforschungsprojekten entstehen.

Prüfungsform:

Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

WP46 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 151 von 152

Unit WP4603 Datenanalyse 2

zugeordnet zu: Modul WP46

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

Es werden die wichtigsten multivariaten statistischen Verfahren behandelt, die zur Generierung und Überprüfung von Hypothesen benötigt werden, die im Umfeld von Marktforschungsprojekten auftreten.

- Multiple Regression
- Varianzanalyse
- Faktorenanalyse
- Clusteranalyse
- Korrespondenzanalyse
- Analyse von Entscheidungsbäumen.

Literaturhinweise:

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2016). *Multivariate Analysemethoden* (14. Auflage). Berlin: Springer.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Edinburgh: Pearson.

Darüber hinaus wird zu den einzelnen Themen Spezialliteratur eingesetzt.

Lehrvoraussetzungen:

siehe Modulbeschreibung

Lehrziele:

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse bzgl. statistischer Analysen komplexer Datensätze, wie sie typischerweise im Rahmen von Marktforschungsprojekten entstehen.

Prüfungsform:

Referat

Modulbeschreibung - Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen

WP46 Stg: 880(Wirt.-psych. (B. Sc.)) Vert: 880(Wirtschaftspsychologie) Version: 2015

Seite 152 von 152

Unit WP4604 Praktische Übungen zur Marktforschung

zugeordnet zu: Modul WP46

Fachsemester: 6

Semesterwochenstunden: 2

Lehrinhalte:

- Einführung in die Wahrnehmungs- und Präferenzforschung
- Erstellung eines Untersuchungsdesigns
- ggf. Programmierung der notwendigen Software
- Datenerhebung
- Datenauswertung
- Präsentation der Ergebnisse

Literaturhinweise: Literatur wird in Abhängigkeit von dem jeweils konkret zu bearbeitenden Projekt am Anfang des Semesters vom Dozenten bekannt gegeben.

Lehrvoraussetzungen: Datenanalyse 1 + 2

Lehrziele: Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse im Aufbau und der Durchführung von Projekten zur Wahrnehmungs- und Präferenzforschung.

Prüfungsform: Projektarbeit