

▲ Hochschule Harz

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Modulhandbuch

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Gemäß zukünftig geplanter Studienordnung vom 14.09.2022

Voraussichtlich gültig ab dem Wintersemester 2023/24



Hochschule Harz

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Stand: 06.03.2023

Änderungen vorbehalten

Vorbemerkungen

Details zum Studienablauf sind der zugehörigen **Studienordnung** in der jeweils geltenden Fassung zu entnehmen.

Alle aktuellen **Lehrveranstaltungen** des Studiengangs werden grundsätzlich in jährlichem Rhythmus angeboten. Ausnahmen können abhängig von der Einsetzbarkeit von Lehrenden (beispielsweise bei längerer Krankheitsphase oder Forschungsfreisemestern) festgelegt werden.

Die **Lehrenden** der Lehrveranstaltungen können der aktuellen Lehrplanung entnommen werden.

Bei **Literaturangaben** ohne Jahreszahl und/oder Auflage ist grundsätzlich die aktuelle Auflage gemeint.

Um ein Modul belegen zu können, sind grundsätzlich die **Teilnahmevoraussetzungen** aller zugehörigen Units zu erfüllen.

Die ECTS-Leistungspunkte eines Moduls werden vergeben, sobald sämtliche **Teilleistungen** des Moduls erbracht worden sind.

Regelungen zu den Prüfungen (zum Beispiel Prüfungsformen, Benotung) sind der zugehörigen **Prüfungsordnung** in der jeweils geltenden Fassung zu entnehmen.

Kompetenzprofil

Ziel des Studiengangs ist die Qualifizierung von Fach- und Nachwuchsführungskräften, die eigenverantwortlich wirtschaftspsychologische Fragestellungen und Aufgaben bearbeiten und ausführen sowie deren Ergebnisse zielführend als Entscheidungsgrundlage aufbereiten.

Die Absolventinnen und Absolventen wenden die psychologische Methodenvielfalt und fachspezifische Tools wirkungsvoll an, um an Schnittstellen der Unternehmensorganisation psychologisch professionell zu agieren und gestaltend einzuwirken. Sie haben praktische Erfahrung im Umgang mit einer Reihe von Methoden und Instrumenten aus ihrer Arbeit in Praktikum und Projektgruppen.

Im Einzelnen werden folgende Kompetenzen erworben:

Wirtschaftspsychologisches Basiskompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen gleichermaßen über Wissen zu betriebswirtschaftlichen Fächern sowie zu spezifisch psychologischen Methoden und Vorgehensweisen. Dabei setzen sie psychologische Theorien und Forschungsergebnisse aus den Bereichen Sozialpsychologie, Persönlichkeitspsychologie, Methodenlehre und Allgemeine Psychologie gezielt in ihren Arbeitsfeldern ein.

Der Anwendungsschwerpunkt liegt auf Kernkompetenzen der Markt- und Konsumentenpsychologie sowie Arbeits- und Organisationspsychologie.

Wirtschaftspsychologische Anwendungskompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen sind darauf spezialisiert, ihr Wissen aus der Psychologie gemäß psychologisch-empirischer Forschungsstandards auf die Aufgabengebiete in Unternehmen anzuwenden.

Es werden konkrete Fragestellungen der Unternehmen beruhend auf organisationspsychologischer, allgemeinpsychologischer, pädagogisch-, gesundheits- und personalpsychologischer Forschungserkenntnisse bearbeitet. Hierzu gehört es, Problemstellungen mit Aufbereitung von Informationen nach empirisch-psychologischen Gesichtspunkten zu strukturieren und diese für Entscheider bei komplexen Managementfragestellungen aufzubereiten.

Systemische und wirtschaftspsychologische Problemlösekompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen gestalten vor allem an Schnittstellen betriebswirtschaftlicher und psychologischer Belange. Sie entwickeln eigene, spezifische Lösungsvorschläge auf Grundlage systemisch-psychologischer Perspektiven unternehmerischen Handelns.

Dazu gehören das Sammeln, Bewerten und Interpretieren von unternehmensspezifischen Informationen vor dem Hintergrund psychologischer Erkenntnisse. Hieraus werden wissenschaftlich fundierte Lösungen abgeleitet, die gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse sowie Nachhaltigkeit, Diversität und Genderthemen berücksichtigen.

Methodenkompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen setzen Projektplanungsinstrumente, Kreativtechniken, qualitative und quantitative Forschungsmethoden sowie didaktische Methoden in Anlehnung an aktuelle Trends und psychologische Erkenntnisstands ein.

Im Hinblick auf technische Standards werden Datenverarbeitungsprogramme, Protokollsysteme, Aufzeichnungstools sowie digitale Medien genutzt.

Kommunikative und Teamkompetenzen

Die Absolventinnen und Absolventen interagieren erfolgreich in interdisziplinären Teams. Fachliche Positionen und Problemlösungen werden von ihnen in sachgerechter Form und verhandlungssicher auf Deutsch und Englisch formuliert sowie strukturiert und ergebnisbezogen dargelegt.

Die Kommunikation über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen verläuft zielorientiert und effektiv.

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Fachsemester 1

Wissenschaftliche Ansätze der Wirtschaftspsychologie.....	7
Unternehmensführung und Organisation.....	14
Wirtschaftsmathematik.....	18
Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik	20
Allgemeine Psychologie	30

Fachsemester 2

Einführung Wirtschaftswissenschaften	32
Wirtschaftsrecht	40
Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Grundlagen.....	42
Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Durchführung	49
Sozialpsychologie.....	54

Fachsemester 2/3

English for Psychology I (B2).....	60
------------------------------------	----

Fachsemester 3

Human Resource Management	64
Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Anwendung	69
Wirtschaftspsychologische Forschung	75
Arbeits- und Organisationspsychologie.....	80
Marketing.....	82
Markt- und Konsumpsychologie.....	84

Fachsemester 4

Auslands- / Entrepreneurship- / Praxissemester	87
------------------------------------------------------	----

Fachsemester 5

English for Psychology II (B2).....	92
-------------------------------------	----

Fachsemester 5/6

Angewandte Personalführung	97
Wirtschaftspsychologisches Projektstudium	102

Wahlpflichtfach (Wirtschaftspsychologie)	109
Berufsfeldorientierung Marktforschung für Wirtschaftspsychologen	111
Berufsfeldorientierung Werbung und Konsumpsychologie	117
Berufsfeldorientierung Verhaltensorientiertes Marketing	123
Berufsfeldorientierung Personalauswahl.....	130
Berufsfeldorientierung Personalentwicklung.....	135
Berufsfeldorientierung Organisationsentwicklung	141
 Fachsemester 6	
Betriebliches Rechnungswesen und Controlling	147
 Fachsemester 7	
Bachelorabschlussprüfung.....	153

Modul		Wissenschaftliche Ansätze der Wirtschaftspsychologie
Modulnummer	5517	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Aufgabenfelder der Wirtschaftspsychologie - Unit 2: Analyse qualitativer und quantitativer Daten - Unit 3: Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie 	
Semesterwochenstunden	5	
Lehr- und Lernformen	<p>3,5 SWS Seminaristische Vorlesung</p> <p>1 SWS Übungen</p> <p>0,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien</p>	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	<p>125 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Modulverantwortung	Studiengangskoordination	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	<p>Dieses Modul bietet die Basis für das wissenschaftliche Selbstverständnis beim Arbeiten in den wirtschaftspsychologischen Anwendungsfeldern. Diese bilden wiederum die Grundlagen für fast alle weiteren Lehrveranstaltungen bis hin zur Wahl der Berufsfeldorientierungen.</p> <p>Die Veranstaltung „Aufgabenfelder der Wirtschaftspsychologie“ ist auf Anfrage offen für andere Studierende, z.B. aus dem Orientierungsstudium.</p>	
Kompetenzziele	<p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Modul	Wissenschaftliche Ansätze der Wirtschaftspsychologie
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 0 %- Unit 2: 50 %- Unit 3: 50%

Unit 1		Aufgabenfelder der Wirtschaftspsychologie
Unitnummer	5518	
Prüfungsnummer	5518	
Semesterwochenstunden	1	
Lehr- und Lernformen	Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine, da dies eine Einführungsveranstaltung ist.	
Lehrinhalte	<p>Der Inhalt der Veranstaltung umfasst die verschiedenen Arbeitsfelder, in denen Wirtschaftspsycholog:innen tätig sind. Dabei wird auch zunehmend die Veränderung durch die Digitalisierung bedeutsam, wie z.B. die Arbeit in hybriden Teams, Home-Office oder digital gestützte Personalauswahlprozesse.</p>	
Kompetenzziele	<p>In dieser Veranstaltung werden Kompetenzen der Selbstorganisation vermittelt, wie sie bei der Strukturierung, Aufbereitung und Präsentation von Wissen notwendig sind.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten die verschiedenen Berufsprofile selbstständig unter Berücksichtigung aktueller und digitaler Aspekte. Dies trägt zu ihrem wissenschaftlichen Selbstverständnis bei, indem die Berufsfelder in Bezug auf wissenschaftliche Erkenntnisse dargestellt werden.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.	
Basisliteratur	<p>Fichter, C. (2018). Wirtschaftspsychologie für Bachelor. Berlin: Springer. ISBN 978-3-662-54944-5.</p> <p>Mehlich, P., Brandenburg, T., Thielsch, M.T. (2014). Praxis der Wirtschaftspsychologie. Band III: Themen und Fallbeispiele für Studium und Praxis. Münster: Monsenstein und Vannerdat. ISBN 978-3-95645-289-5.</p> <p>Kirchler, E.M. (2003). Wirtschaftspsychologie. 3. Auflage. Göttingen: ISBN 3-8017-1252-4.</p> <p>Moser, K. (2007). Wirtschaftspsychologie. Berlin: Springer. ISBN 978-3-540-71636-5.</p>	

Unit 1

Aufgabenfelder der Wirtschaftspsychologie

Stäudel, T., Günther, U. (2004). Die FH-Studiengänge Wirtschaftspsychologie haben sich bewährt. In: Wirtschaftspsychologie aktuell. 4, 2004, S. 60–65

Wiswede, G. (2007). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. 4. Auflage. München/ Basel. ISBN 978-3-8252-8090-1.

Unit 2	
Analyse qualitativer und quantitativer Daten	
Unitnummer	5519
Prüfungsnummer	5519
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Lehrinhalte	Qualitative und quantitative Daten Methoden der Datenerhebung Merkmalstypen und Skalenniveau Häufigkeiten (absolut, relativ, bivariat) Grafische Verfahren der Statistik Lage und Streuungsmaße Zusammenhangsanalysen von Variablen Lineare Regression
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erarbeiten unter Anwendung geeigneter deskriptiver statistischer Methoden selbständig wissenschaftliche Lösungsansätze für Aufgabenstellungen aus den Bereichen der Wirtschaftspsychologie. Ein Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf der Diskussion und Quantifizierung der Resultate sowie deren sachgerechter Interpretation und Kommunikation.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Hausarbeit.
Basisliteratur	<p>Fahrmeir L, Heumann C., Künstler R., Pigeot I. und Tutz G.: Statistik. 6. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer; 2016.</p> <p>McClave J.T., Benson P.G. und Sincich T.: Statistics for Business and Economics. 13. Auflage. Harlow, Munich: Pearson; 2018.</p> <p>Rasch, D., Kubinger, K., & Yanagida, T. (2011). Statistics in psychology using R and SPSS. John Wiley & Sons.</p>

Unit 3		Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie
Unitnummer	5503	
Prüfungsnummer	5503	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Empirisches und wissenschaftliches Denken: Was ist eine Wissenschaft und warum ist die Psychologie eine?</p> <p>Zentrale Begriffe empirischer Wissenschaften: Theorie, Hypothese, unabhängige und abhängige Variablen, interne und externe Validität, Operationalisierungen, Störvariablen</p> <p>Ethik empirischer Forschung, Datenerhebungsmethoden im Überblick</p> <p>Untersuchungsarten: explorativ, hypothesentestend, evaluierend, populationsbeschreibend</p> <p>Experiment als "Königsweg der Erkenntnisgewinnung", Quasi-Experiment</p> <p>Statistische Signifikanz, Effekte, Alpha- und Beta-Fehler</p> <p>Datenerhebungsmethoden im Detail: Fragebogen, Befragung, Umgang mit Skalen und Ratings</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erhalten einen breiten Überblick über die unterschiedlichen Denkansätze und methodischen Zugänge, die das Fach Wirtschaftspsychologie prägen.</p> <p>Die Studierenden kennen das empirisch-datengesteuerte und dabei eher individuumszentrierte Selbstverständnis der Psychologie und Beispiele verschiedener Untersuchungs- und Datenerhebungsmethoden.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler (4. Auflage). Berlin: Springer.	

Unit 3

Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie

Huber, O. (2013). Das psychologische Experiment: Eine Einführung. Bern: Huber.

Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Berlin: Springer.

Mitchell, M. & Jolley, J. (2001). Research design explained (4. edition). Fort Worth: Harcourt College Publishers.

Modul Unternehmensführung und Organisation	
Modulnummer	7945
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	1 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Unternehmensführung - Unit 2: Organisation
Semesterwochenstunden	4
Lehr- und Lernformen	3 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Philipp Schaller
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Modul bildet die Grundlage für alle Managementfächer im weiteren Studienverlauf.
Kompetenzziele	Die Studierenden verfügen über grundlegende Managementkompetenzen („general management“) im organisationalen Kontext sowie vertiefte Kompetenzen in der Analyse und Gestaltung von Organisationen. Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: 50 % - Unit 2: 50 %

Unit 1		Unternehmensführung
Veranstaltungsnummer	1103	
Prüfungsnummer	1103	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	Definitiorische und konzeptionelle Grundlagen Unternehmensverfassung Strategische sowie operative Planung und Kontrolle Ausgewählte Vertiefungen (Mitarbeiterführung, Unternehmenssteuerung, etc.) Aktuelle Managementkonzepte und -herausforderungen Grundlagen der Managerial Ethics	
Kompetenzziele	Die Studierenden kennen die konstituierenden Elemente sowie ausgewählte Instrumente der Unternehmensführung und können sie in den Gesamtkontext der Wirtschaftswissenschaften einordnen. Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.	
Basisliteratur	Magretta, J. (2013): What Management Is. London: Profile. Schreyögg, G./ Koch, J.: Grundlagen des Managements. In der aktuellen Auflage. Wiesbaden: Springer.	

Unit 2		Organisation
Veranstaltungsnummer	1104	
Prüfungsnummer	1104	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Definitorische und konzeptionelle Grundlagen</p> <p>Grundformen betrieblicher Aufbauorganisation</p> <p>Determinanten effizienter Ablauforganisation</p> <p>Arbeitsteilung, Koordination und Konfiguration</p> <p>Formale und informale Organisation</p> <p>Klassische Organisationstheorien (u.a. Bürokratietheorie, Scientific Management, soziotechnischer Ansatz, Systemtheorie)</p> <p>Moderne Organisationstheorien (u.a. Prinzipal-Agent-Theorie, Verfügungsrechtstheorie, Transaktionskostentheorie)</p> <p>Organisationsentwicklung</p> <p>Aktuelle Organisationstendenzen</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre bzw. Organisationstheorie. Sie erlernen die betriebswirtschaftlichen Basiskonzepte und erhalten Einblicke in Nachbardisziplinen (z.B. Organisationspsychologie, Organisationssoziologie).</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	<p>Schulte-Zurhausen, Manfred: Organisation, aktuelle Auflage</p> <p>Kieser, Alfred/Ebers, Mark: Organisationstheorien, aktuelle Auflage</p> <p>Jones, Gareth R.: Organisation – Theorie, Design und Wandel, aktuelle Auflage</p>	

Unit 2

Organisation

Bea, Göbel: Organisation, aktuelle Auflage

Schreyögg, Geiger: Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, aktuelle Auflage

Modul		Wirtschaftsmathematik
Veranstaltungsnummer	1130	
Prüfungsnummer	1130	
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Sprache	Deutsch	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Martin Wiese	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	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	
Kompetenzziele	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. Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere den folgenden Bereich: Wissen und Verstehen	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	Purkert, W. (2014): Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Wiesbaden	

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

Modul		Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik	
Modulnummer	5593		
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester		
Dauer	1 Semester		
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik - Unit 2: Präsentations- und Teamkompetenz - Unit 3: Textkompetenz - Unit 4: Ausgewählte Themen der Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik 		
Semesterwochenstunden	7		
Lehr- und Lernformen	<p>4 SWS Seminaristische Vorlesung</p> <p>3 SWS Übungen</p>		
ECTS-Leistungspunkte	8		
Arbeitsaufwand	<p>200 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 98 Stunden - Selbststudium: 102 Stunden 		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Georg Felser		
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.		
Verwendbarkeit im Studienverlauf	<p>Das Modul fokussiert inhaltlich auf die Themen der Differentiellen Psychologie, die vor allem für die nachfolgenden Veranstaltungen zur Testtheorie, Diagnostik und Personalauswahl die Grundlage bilden. Auf methodischer Ebene werden am Beispiel der Persönlichkeitspsychologie der Umgang mit wissenschaftlicher Literatur, das Abfassen von wissenschaftlichen Texten und wissenschaftliche Vorträge eingeübt. Diese Kompetenzen sind in verschiedenen weiteren Veranstaltungen von Bedeutung, insbesondere aber in den Projekten und der Bachelorarbeit.</p>		
Kompetenzziele	<p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 		

Modul	Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 0 %- Unit 3: 25%- Unit 4: 25%

Unit 1		Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik
Unitnummer	55902	
Prüfungsnummer	55902	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Die Paradigmen der differentiellen Psychologie und Persönlichkeitsforschung (Psychoanalyse, Behaviorismus, Eigenschaftstheorie und Informationsverarbeitungs-Ansatz).</p> <p>Persönlichkeitsdimensionen</p> <p>Intelligenz: Konzeption, Bedeutung und Diagnostik</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Denkrichtungen der Persönlichkeitspsychologie und insbesondere den differentialpsychologischen Blickwinkel 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. Sie kennen die wichtigsten Intelligenzkonzepte und können in der kritischen Auseinandersetzung mit dem Intelligenzkonzept kompetent argumentieren. Hierzu kennen Sie insbesondere die Befunde der Intelligenzforschung.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	<p>Funder, D. C. (2001). The personality puzzle, second edition. Norton & Company.</p> <p>Neyer, F., & Asendorpf, J. (2018). Psychologie der Persönlichkeit, 6., vollständig überarbeitete Auflage. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-54942-1</p> <p>Rost, D. H. (2009). Intelligenz. Fakten und Mythen. Beltz.</p>	

Unit 1

Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik

Stern, E., & Neubauer, A. (2016). Intelligenz: kein Mythos, sondern Realität. *Psychologische Rundschau*, 67(1), 15-27. <https://doi.org/10.1026/0033-3042/a000290>

Unit 2		Präsentations- und Teamkompetenz	
Unitnummer	55903		
Prüfungsnummer	55903		
Semesterwochenstunden	2		
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Lehrinhalte	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten selbständig die Inhalte einer Präsentation zu Kernfragen der Arbeit in Teams unter Einbeziehung aktueller Themen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit.</p>		
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können eine wissenschaftliche Präsentation unter angemessenem Einsatz von technischen (z.B. digitalen) und rhetorischen Mitteln, inhaltlich konsistent aufbereitet, durchführen. Sie erwerben damit die Grundlagen für eine Vielzahl von Präsentationen während des Studiums und im späteren Berufsleben.</p> <p>Die Studierenden kennen fördernde und hemmende Faktoren der Teamarbeit in Theorie und Praxis sowie die Bedeutung der Teambildung und die Möglichkeiten des Teammanagements.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 		
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.		

Unit 2

Präsentations- und Teamkompetenz

Basisliteratur

Lammerding-Köppel, Maria; Griewatz, Jan (2019): Erfolgreich präsentieren im Studium. 30 Abbildungen, 15 Tabellen. Unter Mitarbeit von Daniel Layher. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer.

Stalzer, Lieselotte; Ebster, Claus (2017): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 1. überarb. Auflage. Stuttgart: UTB GmbH; facultas.

Unit 3		Textkompetenz
Unitnummer	55891	
Prüfungsnummer	55891	
Semesterwochenstunden	1	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Umgang mit wissenschaftlicher Literatur - sowohl als Leser als auch als Autor</p> <p>Abfassen empirischer Berichte</p> <p>Korrektes Zitieren</p> <p>Literaturrecherche mit OPAC und Fachdatenbanken</p> <p>Einführung in den wissenschaftlichen Schreibstil und die formalen Erfordernisse wissenschaftlicher Texte</p> <p>Betreutes Abfassen eines eigenen Berichts</p>	
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>Sie kennen die empirisch-wissenschaftlichen Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden, wissen, wann welche Methode angezeigt ist und können die Datenerhebungsinstrumente dem Zweck entsprechend entwickeln.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Hausarbeit.	
Basisliteratur	<p>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.</p>	

Unit 3

Textkompetenz

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.

Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). Planen, Durchführen und Auswerten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften. Hallbergmoos: Pearson.

Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). Schreiben und Gestalten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften. Hallbergmoos: Pearson.

Rosnow, R. L. & Rosnow, M. (2001). Writing papers in psychology. A student guide (5. edition). Belmont, CA: Wadsworth.

Unit 4	Ausgewählte Themen der Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik
Unitnummer	55904
Prüfungsnummer	55904
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	Übungen
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Notwendige Voraussetzung: Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie Empfohlene Voraussetzung: Allgemeine Psychologie
Lehrinhalte	<p>Einführung in die zentralen Fragestellungen und Befunde der Differentialpsychologie:</p> <p>Die wichtigsten Paradigmen in der Persönlichkeitspsychologie: Psychoanalyse, Behaviorismus, Eigenschaftsansatz und Informationsverarbeitungs-Ansatz</p> <p>Methoden der Persönlichkeitspsychologie</p> <p>Klassifikationsansätze der Persönlichkeit</p> <p>Fähigkeits- und Leistungsunterschiede: vor allem Intelligenz, zudem: Kreativität, Aufmerksamkeit und Belastbarkeit</p> <p>weitere Dimensionen der Unterschiedlichkeit: Temperament, Bewältigungsstile, Kontrollüberzeugungen, Einstellungen und Werthaltungen, Selbstwert</p> <p>Geschlechtsunterschiede</p> <p>Erklärungsansätze für interindividuelle Differenzen, insbesondere Erbe-Umwelt-Debatte</p> <p>Überblick über grundlegende diagnostische Verfahren, insbesondere Fragebögen, nichtsprachliche, objektive Tests, Verhaltensbeobachtung und Interviews</p>
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p>

Unit 4	Ausgewählte Themen der Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik
	<ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Kommunikation und Kooperation
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.
Basisliteratur	<p>Amelang, M. & Bartussek, D. (2001). Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung (5. Auflage). Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p>Bischof-Köhler, D. (2011). Von Natur aus anders. Die Psychologie der Geschlechtsunterschiede. Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p>Neyer, F. & Asendorpf, J. B. (2018). Psychologie der Persönlichkeit. Berlin: Springer.</p> <p>Funder, D. C. (2001). The personality puzzle (2. edition). New York: Norton & Company.</p> <p>Funke, J. & Vaterrodt-Plünnecke, B. (2004). Was ist Intelligenz? (2. Auflage). München: Beck.</p> <p>Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik. Berlin: Springer.</p>

Modul		Allgemeine Psychologie
Modulnummer	5912	
Prüfungsnummer	5912	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester	
Dauer	1 Semester	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Sprache	Deutsch	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ulrike Starker	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Modul „Allgemeine Psychologie“ bildet die Grundlage für die folgenden angewandten Psychologie-Veranstaltungen des Studienganges, wie zum Beispiel Konsumentenpsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie oder Grundlagen der Personalentwicklung. Die Veranstaltung ist auch offen für Studierende anderer Studiengänge und des Orientierungsstudiums.	
Lehrinhalte	<p>Einführung in die Kognitive Psychologie, insbesondere Wahrnehmung, Lernen und Gedächtnis</p> <p>Psychophysik (absolute Reizschwelle und Unterschiedsschwelle, Methoden der Schwellenbestimmung)</p> <p>Signalentdeckungstheorie</p> <p>Gestaltpsychologie</p> <p>Klassisches Konditionieren</p> <p>Operantes Konditionieren</p> <p>Modell-Lernen</p> <p>Speichermodell des Gedächtnisses, Modell des Arbeitsspeichers, Modell der Verarbeitungstiefe</p> <p>Modelle des Langzeitspeichers, Theorien des Vergessens</p> <p>Abruf aus dem Langzeitspeicher, Gedächtnisverzerrungen</p>	

Modul	Allgemeine Psychologie
	<p>Einführung in die Denk-, Motivations- und Emotionspsychologie</p> <p><u>Motivationspsychologie:</u></p> <p>Inhaltsmodelle der Motivation, Motive als Dispositionen, physiologische Grundlagen der Motivation, Leistungs-, Macht- und Anschlussmotiv</p> <p>Prozessmodelle der Motivation, regulative Funktionen der Motivation, Homöostase</p> <p>Modelle der Motivation, Erwartungs-Wert-Modell</p> <p><u>Emotionspsychologie:</u></p> <p>Physiologische, konzeptuelle und Verhaltensaspekte, Modelle zur Emotionsentstehung und Emotionsregulation</p>
<p>Kompetenzziele</p>	<p>Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse aus den Bereichen der Allgemeinen Psychologie, also menschliche Wahrnehmung, Lernen, Gedächtnis, Denken und Problemlösen, Motivation und Emotion.</p> <p>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.</p> <p>Darüber hinaus kennen sie die (methodischen) Grenzen der Methoden.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Anderson, J. R. (2007). Kognitive Psychologie (6. Auflage). Heidelberg: Spektrum.</p> <p>Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2015). Cognitive Psychology, seventh edition. Hove, East Sussex: Psychology Press.</p> <p>Müsseler, J. & Prinz, W. (Hrsg.). (2015). Lehrbuch Allgemeine Psychologie (2. Auflage). Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.</p> <p>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.</p>

Modul Einführung Wirtschaftswissenschaften	
Modulnummer	5532
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Dauer	1 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Einführung externes Rechnungswesen - Unit 2: Einführung Unternehmensfinanzierung - Unit 3: Einführung VWL
Semesterwochenstunden	6
Lehr- und Lernformen	3,5 SWS Seminaristische Vorlesung 2,5 SWS Übungen
ECTS-Leistungspunkte	7
Arbeitsaufwand	175 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 Stunden - Selbststudium: 91 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Inga Dehmel, Prof. Dr. Dirk Oberschachtsiek
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Modul ist Grundlage für wirtschaftswissenschaftliche Veranstaltungen in den höheren Semestern.
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen und verstehen wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen.</p> <p>Die Studierenden verstehen die wichtigsten gesetzlichen Vorschriften im Zusammenhang mit der Buchführung, den Zusammenhang und Inhalt von Handelsbüchern, Inventar und Jahresabschluss und können diesen darlegen und beurteilen. Darüber hinaus kennen sie die Grundlagen der Buchführung (gesetzliche Vorschriften, Organisation) und der sicheren Buchungstechnik (doppelte Buchführung) und können diese Kenntnisse auch auf einfache Geschäftsvorfälle anwenden. Sie beherrschen die Technik, den Jahresabschluss aufzustellen.</p> <p>Die Studierenden verfügen zudem über grundlegende Kenntnisse über die Unterschiede von Innen- und Außenfinanzierung, Fremdsowie Eigenkapitalbeschaffung von Unternehmen. Die Studierenden sind in der Lage, durch Anwendung der Kapitalwertmethode über die absolute und relative Vorteilhaftigkeit von Investitionen unter Sicherheit zu entscheiden.</p>

Modul	Einführung Wirtschaftswissenschaften
	<p>Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse der betriebs- und volkswirtschaftlichen Zusammenhänge und haben 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. Die Studierenden beherrschen den Umgang mit dem Marktdiagramm und sind in der Lage, wirtschaftspolitische Maßnahmen in ihren grundlegenden Auswirkungen auf einzelne Märkte abzuschätzen.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unitebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 33 %- Unit 2: 33 %- Unit 3: 34%

Unit 1	
Einführung externes Rechnungswesen	
Unitnummer	1017
Prüfungsnummer	1017
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen der Veranstaltung werden die Grundlagen der Buchführung (gesetzliche Vorschriften, Organisation) und der sicheren Buchungstechnik (doppelte Buchführung) zur Einführung in das externe Rechnungswesen vermittelt.</p> <p>Folgende Themen sind Teil der Lehrveranstaltung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gesetzliche Grundlagen der Buchführung - Inventur, Inventar und Bilanz - Grundlagen der Buchungstechnik (erfolgswirksame und erfolgsneutrale Geschäftsvorfälle) - Technik der Aufstellung des Jahresabschlusses
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden verstehen die wichtigsten gesetzlichen Vorschriften im Zusammenhang mit der Buchführung, den Zusammenhang und Inhalt von Handelsbüchern, Inventar und Jahresabschluss und können diesen darlegen und beurteilen.</p> <p>Die Studierenden können das Konzept der doppelten Buchführung eigenständig anwenden und haben Kenntnisse in der Buchungstechnik grundlegender Geschäftsvorfälle.</p> <p>Sie beherrschen die Technik, den Jahresabschluss aufzustellen und abschlussvorbereitende Aufgaben durchzuführen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	Bornhofen, M./ Bornhofen, M. C: Buchführung 1 DATEV-Kontenrahmen aktuelle Ausgabe, aktuelle Auflage, Wiesbaden.

Unit 1

Einführung externes Rechnungswesen

Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Mattner, Gerhard/Schultze, Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen, Grundzüge der Buchführung und Bilanzierung, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Eisele, Wolfgang / Knobloch, Alois Paul: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, aktuelle Auflage, München.

Wöhe, Günter/Kusmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, aktuelle Auflage, München.

Wüstemann, Jens: Buchführung case by case, aktuelle Auflage, Frankfurt am Main.

Unit 2		Einführung Unternehmensfinanzierung	
Unitnummer	7522		
Prüfungsnummer	7522		
Semesterwochenstunden	2		
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Übungen		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzungen: Sichere Kenntnisse in der Anwendung der Prozentrechnung, der Potenzrechnung</p> <p>Empfohlene Voraussetzungen: Grundfertigkeiten im Umgang mit MS-Excel</p>		
Lehrinhalte	<p>Finanzwirtschaftliche Zieldimensionen, Liquidität und Insolvenz</p> <p>Instrumente der Innen- und Außenfinanzierung im Wege der Eigen- und Fremdfinanzierung</p> <p>Leverage-Effekt</p> <p>Investitionsziele, -prozess und -entscheidungsebenen</p> <p>Statische Investitionsrechenverfahren</p> <p>Inhalt und Aussagemöglichkeiten ausgewählter dynamischer Investitionsrechenverfahren: Kapitalwert, interner und realer Zinssatz</p>		
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse über die Unterschiede von Innen- und Außenfinanzierung von Unternehmen. Dabei werden Fremdkapitalbeschaffung ebenso sowie Eigenkapitalbeschaffung in einzelnen Unternehmensformen (insbesondere in Aktiengesellschaften) erfasst.</p> <p>Sie sind in der Lage, die Effektivkosten von kurz- und langfristigen Krediten zu ermitteln. Die Bedeutung und die einzelnen Möglichkeiten der Innenfinanzierung sind bekannt.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, über die absolute und relative Vorteilhaftigkeit 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.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p>		

Unit 2	Einführung Unternehmensfinanzierung
	<ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	<p>Pape. Grundlagen der Finanzierung und Investition. Berlin (jeweils aktuelle Auflage).</p> <p>Perridon, Steiner, Rathgeber. Finanzwirtschaft der Unternehmung. München (jeweils aktuelle Auflage).</p> <p>Weitere aktuelle Quellen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Unit 3	
Einführung VWL	
Unitnummer	1250
Prüfungsnummer	1250
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Lehrinhalte	<p>Grundfragen der Volkswirtschaftslehre, übergreifende Aspekte, u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erklärung menschliches Verhalten aus ökonomischer Sicht - Transformationskurve - Opportunitätskosten - Vollkommener Wettbewerb - Elastizitäten <p>Einzelwirtschaftliche Entscheidungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nachfrageentscheidungen der Haushalte - Gewinnmaximierung bei Konkurrenz - Angebotsverhalten im Monopol
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Die Studierenden lernen einen einfachen Ansatz kennen, um Aspekte des Strukturwandels (Globalisierung, Digitalisierung) zu erfassen und zu erklären.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.

Unit 3

Einführung VWL

Basisliteratur

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.

Modul		Wirtschaftsrecht
Veranstaltungsnummer	1231	
Prüfungsnummer	1231	
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	3 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	125 Stunden - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden	
Sprache	Deutsch	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Klaus Lammich	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Wirtschaftsrecht ist die Grundlage für sämtliche weiteren Recht-Veranstaltungen im Studium.	
Lehrinhalte	<p>Überblick über die Rechtsordnung</p> <p>Subsumtionstechnik</p> <p>Privatautonomie und Vertragsfreiheit</p> <p>Allgemeiner Teil des BGB (Vertragsschluss, Geschäftsfähigkeit, Stellvertretung, Verjährung)</p> <p>Schuldrecht (Leistungsstörungen, Vertragsarten, Allgemeine Geschäftsbedingungen, gesetzliche Schuldverhältnisse)</p> <p>Verbraucherschutzregeln im BGB (Haustürgeschäfte, Fernabsatz)</p> <p>Grundzüge des Handelsrechts (Kaufmannsbegriff, Handelsregister, Firma)</p> <p>Überblick Sachenrecht</p>	
Kompetenzziele	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.	

Modul	Wirtschaftsrecht
	<p>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.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere die folgenden Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	Führich, Wirtschaftsprivatrecht, 13. Auflage 2017. Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, 22. Auflage 2021.

Modul		Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Grundlagen
Modulnummer	5527	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Grundlagen der Datenverarbeitung - Unit 2: Methoden der psychologischen Datenerfassung - Unit 3: Methoden der psychologischen Datenauswertung 	
Semesterwochenstunden	6	
Lehr- und Lernformen	<p>5 SWS Seminaristische Vorlesung</p> <p>0,5 SWS Übungen</p> <p>0,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien</p>	
ECTS-Leistungspunkte	7	
Arbeitsaufwand	<p>175 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 84 Stunden - Selbststudium: 91 Stunden 	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Martin Gründl	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Kompetenzziele	<p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: 20 % - Unit 2: 0 % - Unit 3: 80% 	

Unit 1		Grundlagen der Datenverarbeitung
Unitnummer	5528	
Prüfungsnummer	5528	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Einführung in Excel, Eingabe und Formatierung, Formeln mit absoluten und relativen Bezügen Statistische Funktionen (Summe, Mittelwert, Min, Max, Anzahl) Funktionen zur bedingten Berechnung (Wenn, Und, Oder, Nicht) Matrixfunktionen (Sverweis, Index) Diagramme erstellen und gestalten Pivottabellen Datenbank in Access anlegen Tabellen erstellen (Feldeigenschaften festlegen) Beziehungen zwischen Tabellen erstellen und bearbeiten Abfragen erstellen Formulare erstellen und gestalten Berichte erstellen und gestalten</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlangen übertragbares Grundwissen über die Funktionsweise einer Tabellenkalkulation - erkennen die typischen Programmstrukturen und leiten Befehlsstrukturen ab - beherrschen die Dateneingabe inkl. Automatisierungsmöglichkeiten und die Tabellengestaltung - führen Berechnungen, Formeln und Funktionen aus - stellen Daten und Ergebnisse u.a. in Form von Diagrammen und Pivottabellen dar <p>Weiterhin werden die Studierenden an Anwendungsprobleme der Datenbankverwaltung herangeführt. Die Studierenden sind in der Lage, Daten eigenständig optimal zu erfassen, auszuwerten und zu pflegen. Sie können eine Datenbank erstellen, mit der später</p>	

<p>Unit 1</p>	<p>Grundlagen der Datenverarbeitung</p> <p>auch Anwender:innen, die sich mit Datenbanken nicht auskennen, problemlos arbeiten können.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Ricardo Hernández García, Peter Wies, Excel 2019 Grundlagen, Herdt-Verlag</p> <p>Ricardo Hernández García, Peter Wies, Excel 2019 Fortgeschrittene Techniken, Herdt-Verlag</p> <p>Sabine Spieß, Peter Wies, Excel 2019 Formeln und Funktionen, Herdt-Verlag</p> <p>Ricardo Hernández García, Peter Wies, Excel 2019 Pivot-Tabellen und Filter Daten professionell auswerten, Herdt-Verlag</p> <p>Sabine Spieß, Access 2019 Grundlagen für Anwender, Herdt-Verlag.</p> <p>Birgit Swoboda/Sabine Buhler, Access 2019 Grundlagen für Datenbankentwickler, Herdt-Verlag</p>

Unit 2		Methoden der psychologischen Datenerfassung
Unitnummer	5508	
Prüfungsnummer	5508	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzung: Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie</p> <p>Empfohlene Voraussetzung: Analyse qualitativer und quantitativer Daten</p>	
Lehrinhalte	<p>Kennenlernen und Anwenden empirisch psychologischer Methoden (Datenerhebung, Versuchsplanung, Auswertung)</p> <p>Durchführung einer eigenen Studie (Planung empirischer Studien, Stichprobenziehung, Untersuchungsdesigns (z.B. Messwiederholungsdesigns, lateinische Quadrate))</p> <p>Weitere Methoden der Datenerhebung (Interview, Inhaltsanalyse und Beobachtungsmethoden (Beobachtungssysteme, Beobachterübereinstimmung, Beobachtungsarten))</p> <p>Gütekriterien von Messungen, Messfehler (errors und biases)</p> <p>Aufforderungscharakter empirischer Untersuchungen (interne und externe Validität)</p>	
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>Sie können wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten. Sie kennen die empirisch-wissenschaftlichen Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden, wissen, wann welche Methode angezeigt ist und können die Datenerhebungsinstrumente dem Zweck entsprechend entwickeln.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	

Unit 2

Methoden der psychologischen Datenerfassung

Basisliteratur

Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler (4. Auflage). Berlin: Springer.

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

Mitchell, M. & Jolley, J. (2012). Research design explained (8. edition). Fort Worth: Harcourt College Publishers.

Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). Planen, Durchführen und Auswerten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften. Hallbergmoos: Pearson.

Unit 3		Methoden der psychologische Datenauswertung
Unitnummer	5529	
Prüfungsnummer	5529	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Notwendige Voraussetzung: Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie Empfohlene Voraussetzungen: Analyse qualitativer und quantitativer Daten	
Lehrinhalte	Kombinatorik Wahrscheinlichkeitsrechnung Zufallsvariablen und ihre Verteilungen Verteilungen von Stichproben Zentraler Grenzwertsatz Schätzen von Parametern Ausblick auf Konfidenzintervalle und Hypothesentests	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erarbeiten die kombinatorischen und mathematischen Grundlagen für die Analyse von Zufallsstichproben. Sie entwickeln darauf aufbauende Methoden und Verfahren der Statistik. Die Studierenden erkennen den mathematisch-statistischen Hintergrund von Zufallseinflüssen in praktischen Problemstellungen der Wirtschaftspsychologie, wählen selbständig adäquate statistische Methoden aus und erarbeiten geeignete Lösungen. Sie können die zugrundeliegenden methodischen Annahmen kritisch und praxisnah interpretieren und kommunizieren.</p> <p>Die Studierenden verknüpfen das Konzept der Zufallsstichprobe mit Fragestellungen der Nachhaltigkeit Ihrer Ergebnisse und deren Evaluation.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	

Unit 3

Methoden der psychologische Datenauswertung

Basisliteratur

Fahrmeir L, Heumann C., Künstler R., Pigeot I. und Tutz G.: Statistik. 6. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer; 2016.

McClave J.T., Benson P.G. und Sincich T.: Statistics for Business and Economics. 13. Auflage. Harlow, Munich: Pearson; 2018.

Rasch, D., Kubinger, K., & Yanagida, T. (2011). Statistics in psychology using R and SPSS. John Wiley & Sons.

Modul		Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Durchführung
Modulnummer	5513	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Durchführung empirischer Untersuchungen - Unit 2: Psychologische Testtheorie und Testkonstruktion 	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	<p>2 SWS Seminaristische Vorlesung</p> <p>2 SWS Projektarbeit / Fallstudien</p>	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	<p>125 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Martin Gründl	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Kompetenzziele	<p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: 0 % - Unit 2: 100 % 	

Unit 1	
Durchführung empirischer Untersuchungen	
Unitnummer	5514
Prüfungsnummer	5514
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit / Fallstudien
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Methoden der psychologischen Datenerfassung Analyse qualitativer und quantitativer Daten Methoden der psychologischen Datenauswertung
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 Operationalisierung von Variablen Datenerhebung Umgang mit qualitativen Daten Evaluationsforschung
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>Sie können wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch lesen und aus wissenschaftlicher Sicht bewerten. Sie kennen die empirisch-wissenschaftlichen Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden, wissen, wann welche Methode angezeigt ist und können die Datenerhebungsinstrumente dem Zweck entsprechend entwickeln.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Unit 1	Durchführung empirischer Untersuchungen
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	<p>Bortz, J., & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation: für Human-und Sozialwissenschaftler (4th ed.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Field, A., & Hole, G. J. (2005). How to Design and Report Experiments. London: SAGE Publications.</p> <p>Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften: Für Bachelor (2nd ed.). Berlin: Springer.</p> <p>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.</p> <p>Mitchell, M. L., & Jolley, J. M. (2010). Research Design Explained (7th ed.). Belmont, CA, USA: Wadsworth.</p> <p>Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). Planen, Durchführen und Auswerten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften. Hallbergmoos: Pearson.</p>

Unit 2		Psychologische Testtheorie und Testkonstruktion
Unitnummer	5577	
Prüfungsnummer	5577	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Basiskenntnisse der Psychologie, insbesondere der Persönlichkeitspsychologie und der psychologischen Methodenlehre sowie der Statistik	
Lehrinhalte	<p>Definition psychologischer Tests</p> <p>Deterministische und probabilistische Testmodelle</p> <p>Klassische Testtheorie, Standardmessfehler, Erwartungsbereiche, Vertrauensintervalle und kritische Differenzen</p> <p>Prinzipien der Testkonstruktion, Itemanalyse</p> <p>Testnormen</p> <p>Psychologische Prinzipien der Itemformulierung</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen die besonderen Anforderungen an psychologische Tests im Unterschied zu anderen Methoden der psychologischen Datenerhebung.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	Bühner, M. (2011). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 3., aktualisierte und erweiterte Auflage. Pearson.	

Unit 2

Psychologische Testtheorie und Testkonstruktion

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., Krumm, S., & Amelang, M. (Hrsg.). (2021). Psychologische Diagnostik, 6., vollständig überarbeitete Auflage. Heidelberg: Springer.

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

Modul Sozialpsychologie	
Modulnummer	5915
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Dauer	1 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Grundlagen der Sozialpsychologie - Unit 2: Ausgewählte Themen der Sozialpsychologie
Semesterwochenstunden	4
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 2 SWS Übungen
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Martin Gründl
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	<p>Das Modul greift Inhalte des ersten Semesters auf und überträgt etliche Inhalte, die den Studierenden bereits aus dem Kontext der Allgemeinen Psychologie bekannt sind, auf den sozialen Kontext (z.B. cognitive biases wie Anker-Effekte, confirmation bias, selektive Wahrnehmung). Gleiches gilt für Vertiefung von Inhalten, die bereits aus der Methodenlehre bekannt sind (Erwartungseffekte, Pygmalion-Effekt, soziale Erwünschtheit).</p> <p>Die im ersten Semester kennengelernte Perspektive der Persönlichkeitspsychologie mit ihrem Fokus auf stabilen Eigenschaften und Verhaltensdispositionen wird ergänzt und erweitert durch die typisch sozialpsychologische Perspektive, wonach die Situation und der Einfluss der sozialen Umwelt einen besonders großen Einfluss auf menschliches Erleben und Verhalten haben.</p> <p>Die Inhalte dieses Moduls stellen die Grundlage für Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie im Berufsfeld Personal dar. Ebenso bilden sie eine Basis im Berufsfeld Markt für die Werbe- und Konsumpsychologie.</p>
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls besitzen Studierende ein grundlegendes Verständnis der Inhalte und Vorgehensweisen der Sozialpsychologie. Sie können soziale Anteile des Erlebens und Verhaltens

Modul	Sozialpsychologie
	<p>beschreiben und erklären sowie Erfahrungen und Beobachtungen vor dem Hintergrund sozialpsychologischer Theorien und Methoden einordnen, reflektieren und bei der Bewertung von Veränderungsvorschlägen berücksichtigen.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: [Summe Units, keine Eintragung erforderlich]</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unitenebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 50 %

Unit 1		Grundlagen der Sozialpsychologie
Unitnummer	5931	
Prüfungsnummer	5931	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzungen: Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie, Allgemeine Psychologie	
Lehrinhalte	<p>Sozialpsychologische Grundlagen und Vorgehensweise der Wirtschaftspsychologie:</p> <p>Einstellung und Verhalten</p> <p>Rollen und Selbstkonzept</p> <p>Stereotype und Vorurteile</p> <p>Kooperation und Hilfeleistung</p> <p>Interaktion und Kommunikation</p> <p>Verbal, nonverbal</p> <p>Attraktion, Affiliation</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen die sozialpsychologischen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie und können aus diesem Wissen Ableitungen für die praktische Anwendung machen (siehe Arbeits- und Organisationspsychologie sowie Werbe- und Konsumpsychologie). Sie kennen die wissenschaftliche Vorgehensweise des Erkenntnisgewinns in der Sozialpsychologie.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	<p>Aronson, E., Wilson, T. & Akert, R. M. (2014). Sozialpsychologie. München: Pearson Studium.</p> <p>Bierhoff, H. W. (2006). Sozialpsychologie (6. Auflage). Kohlhammer.</p> <p>Fischer, P., Jander, K. & Krueger, J. I. (2018). Sozialpsychologie für Bachelor. Berlin: Springer.</p>	

Unit 1

Grundlagen der Sozialpsychologie

Gollwitzer, M. & Schmitt, M. (2006). *Sozialpsychologie*. Weinheim: Beltz.

Jonas, K., Stroebe, W. & Hewstone, M. (Hrsg.) (2014). *Sozialpsychologie*. Berlin: Springer.

Kapitel zu Sozialpsychologie in: Zimbardo, P. G. & Gerrig, R. J. (2008). *Psychologie* (18. Auflage). Springer.

Aktuelle Literatur und Zeitschriftenartikel

Unit 2		Ausgewählte Themen der Sozialpsychologie
Unitnummer	5932	
Prüfungsnummer	5932	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzungen: Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie Allgemeine Psychologie	
Lehrinhalte	Sozialpsychologische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie: Soziale Wahrnehmung und Informationsverarbeitung Eindrucksbildung, Attribution Soziale Beeinflussung, Gruppe, Konformität, Führung, Macht, Teamentwicklung	
Kompetenzziele	Die Studierenden kennen die sozialpsychologischen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie und können aus diesem Wissen Ableitungen für die praktische Anwendung machen (siehe Arbeits- und Organisationspsychologie sowie Werbe- und Konsumpsychologie). Sie kennen die wissenschaftliche Vorgehensweise des Erkenntnisgewinns in der Sozialpsychologie. Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.	
Basisliteratur	Aronson, E., Wilson, T. & Akert, R. M. (2014). Sozialpsychologie. München: Pearson Studium. Bierhoff, H. W. (2006). Sozialpsychologie (6. Auflage). Stuttgart. Kohlhammer. Forgas, J. P. (1999). Soziale Interaktion & Kommunikation. München: Psychologie Verlagsunion. Jonas, K., Stroebe, W. & Hewstone, M. (Hrsg.) (2014). Sozialpsychologie. Berlin: Springer.	

Unit 2

Ausgewählte Themen der Sozialpsychologie

Kunda, Z. (1999). Social cognition. Making sense of people. Cambridge, MA: The MIT Press.

English for Psychology I (B2)	
Module Nummer	5553
Course Frequency	Summer Semester and Winter Semester
Duration	2 Semesters
Module Structure	The module consists of the following units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: English for Psychology: Reading - Unit 2: English for Psychology: Writing
Contact Hours per Week	4
Teaching and Learning Forms	0,5 SWS Seminar 3,5 SWS Exercises
ECTS Credit Points	5
Workload	125 hours <ul style="list-style-type: none"> - Attendance time in courses: 56 hours - Self-study: 69 hours
Module Responsibility	Sarah Piper
Prerequisites for Participation	The specific conditions for participation of the individual units are presented in their descriptions.
Applicability in Study Programme	Business Psychology students need to be able to read article from academic journals throughout their studies for a wide range of different courses. In the writing course students will acquire skills in academic writing in English.
Target Competencies	Students understand and present relevant texts from academic journals related to Business Psychology. Also, their writing skills in a professional context will be deepened. This module thus imparts competences at level 1 of the Qualifications Framework for German Higher Education Qualifications (HQF) at Bachelor level. This applies in particular to the following areas: <ul style="list-style-type: none"> - Knowledge and understanding - Use, application and creation of knowledge - Communication and cooperation - Scientific self-perception / professionalism
Examination and Course Achievement	The examination and course achievements for this module are carried out at unit level and are described in more detail there. They are included in the module grade with the following weighting: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: 50% - Unit 2: 50%

Unit 1		English for Psychology: Reading
Unit Number	5554	
Exam Number	5554	
Contact Hours per Week	2	
Teaching and Learning Forms	0,5 SWS Seminar 1,5 SWS Exercises	
Language	English	
Prerequisites for Participation	B2 (Common European Framework of Reference for Languages)	
Content	<p>In this course, students will practice a wide range of reading strategies that facilitate comprehension of texts of complex and abstract nature. They will become familiar with the structural characteristics of specialized texts (English textbooks and professional journal articles) and acquire the core vocabulary for psychology, human resources and consumer behavior. Students will be linguistically prepared for the following subfields of business:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Psychology of learning - Personality psychology - Cognitive psychology - Social psychology - Industrial and organizational psychology 	
Target Competencies	<p>Students are able to communicate about complex economic issues in English and can understand subject-related lectures and talks as well as texts of complex argumentation and abstract content. They are able to actively participate in discussions on familiar topics.</p> <p>Students will gain mastery of a wide range of reading strategies that facilitate comprehension of texts with complex and abstract content. They will be familiar with the structural characteristics of specialized texts (English textbooks and professional journal articles) and will attain essential core vocabulary in the field of psychology and human resources. With regard to reading specialized texts (psychology / human resources), upon completion of this module students' proficiency will correspond to level B2 of the Common European Framework of Reference for Languages. In addition, students will develop skills in speaking, listening comprehension, and writing within a professional context.</p> <p>This unit thus imparts competences at level 1 of the Qualifications Framework for German Higher Education Qualifications (HQF) at Bachelor level. This applies in particular to the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knowledge and understanding - Use, application and creation of knowledge 	

Unit 1	English for Psychology: Reading
	<ul style="list-style-type: none">- Communication and cooperation- Scientific self-perception / professionalism
Examination and Course Achievement	The primary form of examination is the written examination.
Basic Literature	Judge, Timothy A., Robbins, Stephen P. (2019) Organizational Behavior, (18th Ed., Global Edition) New York: Pearson Education Limited, 2019. Jansson-Boyd, C. V. (2010). Consumer Behaviour. New York: McGraw-Hill Education.

Unit 2		English for Psychology: Writing
Unit Number	5555	
Exam Number	5555	
Contact Hours per Week	2	
Teaching and Learning Forms	Exercises	
Language	English	
Prerequisites for Participation	B2 English (Common European Framework of Reference for Languages)	
Content	<p>Business Psychology Students consolidate their ability to write and communicate in English on academic and work-related topics at level B2 of the Common European Framework of Reference for Languages.</p> <p>Students will learn to understand complex scientific and professional written technical texts and to express themselves clearly and fluently in detail, using complex linguistic structures as well as a wide range of general and technical vocabulary on topics in their field of study and related fields.</p>	
Target Competencies	<p>Students will be able to express their thoughts clearly in writing, identify causes of problems and express suggestions for solutions, analyze and report back on data findings, understand and apply language of persuasion in a professional and academic setting.</p> <p>This unit thus imparts competences at level 1 of the Qualifications Framework for German Higher Education Qualifications (HQF) at Bachelor level. This applies in particular to the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knowledge and understanding - Use, application and creation of knowledge - Communication and cooperation - Scientific self-perception / professionalism 	
Examination and Course Achievement	The primary form of examination is the written examination.	
Basic Literature	Case studies, authentic listening material and current articles provided in class.	

Modul Human Resource Management	
Modulnummer	7930
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	1 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Personalmanagement - Unit 2: Arbeitsrecht
Semesterwochenstunden	4
Lehr- und Lernformen	3 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Elisabeth van Bentum
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Die Studierenden werden auf Aufgaben in der Personalbedarfsplanung, -beschaffung, -auswahl, -führung und -freisetzung vorbereitet, die sie als Grundlage für Aufgabenstellungen in den weiterführenden curricularen Fallstudien und Projektarbeiten (Teamprozesse, Arbeitsstrukturen), den damit verbundenen Führungsaufgaben (Projektplanung und -leitung) sowie auf allen Managementebenen im zukünftigen beruflichen Alltag benötigen.
Kompetenzziele	Die Studierenden verfügen abschließend über grundlegende Kenntnisse aller operativen Tätigkeitsfelder der Personalarbeit sowie der dazugehörigen rechtlichen Aspekte. Sie kennen arbeitsrechtliche Grundlagen, einzelne Arbeitsmittel und Instrumente, die im Rahmen der Tagesarbeit relevant sind bzw. zum Einsatz kommen. Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation

Modul	Human Resource Management
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 50 %

Unit 1		Personalmanagement
Unitnummer	7505	
Prüfungsnummer	7505	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Keine	
Lehrinhalte	<p>Gegenstand, soziale und ökonomische Aspekte</p> <p>Historische Entwicklung und Denkansätze</p> <p>Akteure der Personalarbeit</p> <p>Vorstellung eines idealtypischen Mitarbeiterzyklus: Überblick über die einzelnen Tätigkeitsfelder: P-Planung, P- Beschaffung, P-Einsatz, P-Führung, P-Entlohnung, P-Entwicklung, P-Freistellung, P-Verwaltung</p> <p>Employability und AGG</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse aller Tätigkeitsfelder der Personalarbeit. Sie kennen historische Entwicklungen und Theorieansätze, die bei der Beschreibung, Erklärung und Gestaltung konkreter Personalarbeit in den einzelnen Arbeitsbereichen helfen können. Sie kennen einzelne Arbeitsmittel und Instrumente, die im Rahmen der Tagesarbeit eingesetzt werden können.</p> <p>Darüber hinaus kennen die Studierenden aktuelle Begriffe des Personalmanagements und reflektieren diese hinsichtlich ihrer Aussagekraft und ihrer Bedeutung.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	<p>Breisig, T. Personal. Eine Einführung aus arbeitspolitischer Perspektive.</p> <p>Bröckermann, R. Personalwirtschaft. Verlag Schäffer-Poeschel.</p> <p>Hentze, J. Personalwirtschaftslehre.</p>	

Unit 1

Personalmanagement

Jung, H. Personalwirtschaft. Oldenbourg Verlag. Oechsler, W. A. Personal und Arbeit.

Olfert, K. Personalwirtschaft. Verlag Kiehl. Schanz, G. Personalwirtschaftslehre.

Scholz, C. Personalmanagement. Verlag Vahlen.

Unit 2		Arbeitsrecht
Unitnummer	7507	
Prüfungsnummer	7507	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Modul „Wirtschaftsrecht“	
Lehrinhalte	Eingehung des Arbeitsverhältnisses, Beendigung des Arbeitsverhältnisses Inhalt, Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts Grundzüge des Betriebsverfassungsrechts	
Kompetenzziele	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse über alle Tätigkeitsfelder der Personalarbeit inklusive ihrer rechtlichen Basis. Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.	
Basisliteratur	Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 25. Auflage 2020. Junker, Grundkurs Arbeitsrecht 20. Auflage 2021. Schwind/Hassenpflug/Hauptmann, Arbeitsrecht leicht gemacht, 8. Auflage 2018. Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht, 13. Auflage 2019	

Modul		Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Anwendung
Modulnummer	5575	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Diagnostische Verfahren - Unit 2: Auswertung empirischer Untersuchungen 	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	<p>1,5 SWS Seminaristische Vorlesung</p> <p>0,5 SWS Übungen</p> <p>2 SWS Projektarbeit / Fallstudien</p>	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	<p>125 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Georg Felser	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	<p>Das Modul knüpft an Grundlagenveranstaltungen aus der Persönlichkeitspsychologie und der psychologischen Methodenlehre an, insbesondere „Wirtschaftspsychologische Methodenlehre – Durchführung“. Es bereitet insbesondere auf die praktische Umsetzung im Rahmen der Personalauswahl vor sowie auch jegliche Formen des empirischen Arbeitens, z.B. in Veranstaltungen zur Marktforschung, in den Praxisprojekten oder in der Bachelorarbeit.</p>	
Kompetenzziele	<p>Inhaltlich konzentriert sich das Modul auf den Umgang mit Daten, die in diagnostischen oder Forschungskontexten gewonnen werden. Die hierbei vermittelten Kompetenzen erstrecken sich über Individualdiagnostik bis hin zum Umgang mit qualitativen und quantitativen Daten aus unterschiedlich großen Stichproben.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Modul	Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Anwendung
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 50 %

Unit 1	
Diagnostische Verfahren	
Unitnummer	5580
Prüfungsnummer	5580
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Übungen
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Persönlichkeitspsychologie Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Grundlagen Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Durchführung, insbesondere Testtheorie und Testkonstruktion Statistik
Lehrinhalte	Prinzipien der Skalenkonstruktion und Skalenanalyse. Gütekriterien von Tests. Testnormen. 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...)
Kompetenzziele	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 können sie diagnostische Verfahren nach wissenschaftlichen Prinzipien konstruieren und Skalenanalysen durchführen. Weiterhin sind sie in der Lage, psychologische Tests nach psychodiagnostischen Gütekriterien zu bewerten und Testauswertungen zu interpretieren.

Unit 1	Diagnostische Verfahren
	<p>Sie sind zudem geübt in der Durchführung von Tests sowohl in ihrer computergestützten also auch in ihrer "Papier-Bleistift"-Form.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	<p>Hossiep, R., & Mühlhaus, O. (2015). Personalauswahl und -entwicklung mit Persönlichkeitstests (2., vollst. überarb. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Rost, J. (2003). Lehrbuch Testtheorie - Testkonstruktion (zweite, vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Huber.</p> <p>Schmidt-Atzert, L., Krumm, S., & Amelang, M. (Hrsg.). (2021). Psychologische Diagnostik, 6., vollständig überarbeitete Auflage. Heidelberg: Springer.</p> <p>Hinzu kommen einzelne Tests bzw. deren Manuale, z.B. (Auswahl):</p> <p>Amthauer, R. (2007). Intelligenz-Struktur-Test IST 2000-R, zweite Auflage. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Borkenau, P., & Ostendorf, F. (1993). NEO-Fünf-Faktoren Inventar (NEO-FFI) nach Costa & McCrae. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Schneewind, K. A., & Graf, J. (1998). 16 PF-R. Der 16- Persönlichkeitsfaktoren Test Revidierte Fassung. Bern: Huber.</p> <p>Hossiep, R., & Paschen, M. (1998). Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP) . Göttingen: Hogrefe.</p>

Unit 2		Auswertung empirischer Untersuchungen
Unitnummer	5581	
Prüfungsnummer	5581	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Analyse qualitativer und quantitativer Daten</p> <p>Empirischer Ansatz der Wirtschaftspsychologie</p> <p>Wirtschaftspsychologische Methodenlehre (insbesondere Durchführung empirischer Untersuchungen)</p>	
Lehrinhalte	<p>Anwendung psychologischer Methoden der Datenaufbereitung und Auswertung einer eigenen Studie</p> <p>Deskriptive versus inferenzstatistische Forschung</p> <p>Auswertung und Interpretation von Daten (Mittelwertsvergleiche, Interaktion, Veränderungsmessung, Interpretation von Korrelationen etc.)</p> <p>Präsentation einer eigenen Studie</p>	
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Unit 2	Auswertung empirischer Untersuchungen
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Hausarbeit.
Basisliteratur	<p>Bem, D. J. (2002). Writing the empirical journal article. In J. M. Darley, M. P. Zanna & H. L. Roediger III (Eds.), <i>The compleat academic. A career guide</i> (pp. 1-26). Washington, DC: American Psychological Association.</p> <p>Bortz, J., & Döring, N. (2006). <i>Forschungsmethoden und Evaluation: für Human-und Sozialwissenschaftler</i> (4th ed.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Field, A., & Hole, G. J. (2005). <i>How to Design and Report Experiments</i>. London: SAGE Publications.</p> <p>Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2013). <i>Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften: Für Bachelor</i> (2nd ed.). Berlin: Springer.</p> <p>Mitchell, M. L., & Jolley, J. M. (2010). <i>Research Design Explained</i> (7th ed.). Belmont, CA, USA: Wadsworth.</p> <p>Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). <i>Planen, Durchführen und Auswerten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). <i>Schreiben und Gestalten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Rosnow, R. L., & Rosnow, M. (2001). <i>Writing papers in psychology. A student guide</i> (fifth edition). Belmont, CA: Wadsworth.</p> <p>Silvia, P. J. (2007). <i>How to Write a Lot: A Practical Guide to Productive Academic Writing</i>. Washington: APA.</p>

Modul		Wirtschaftspsychologische Forschung
Modulnummer	5544	
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Softwaregestützte Datenanalyse - Unit 2: Schließende Statistik in der Wirtschaftspsychologie 	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	<p>2,5 SWS Seminaristische Vorlesung</p> <p>1,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien</p>	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	<p>125 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Andree Ehlert	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Kompetenzziele	<p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: 0 % - Unit 2: 100 % 	

Unit 1	
Softwaregestützte Datenanalyse	
Unitnummer	5540
Prüfungsnummer	5540
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Analyse qualitativer und quantitativer Daten, Methoden der psychologischen Datenauswertung
Lehrinhalte	<p>Die Veranstaltung vermittelt grundlegende Kenntnisse für selbständige Anwendungen und Auswertungen mit moderner Statistiksoftware wie z.B. R oder SPSS. Sie umfasst als Grundlage für weitere Veranstaltungen zur wirtschaftspsychologischen Forschung u.a. folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegender Aufbau der entsprechenden Software - Einlesen externer Datensätze unterschiedlicher Formate - Aufbereitung der Datensätze für nachfolgende Analysen - Export von Daten und Ergebnissen in andere Formate - Erstellung von Grafiken und Tabellen - Deskriptive und explorative Datenanalyse - Konfidenzintervalle und Hypothesentests - Verfahren der multivariaten Statistik
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erarbeiten sich anhand praktischer Fallbeispiele aus den o.g. Themenfeldern den sicheren und eigenständigen Umgang mit der entsprechenden Statistiksoftware.</p> <p>Sie setzen eigenständig kurze Fallstudien und Beispiele aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie softwaregestützt um. Dabei erkennen sie typische Problemfelder und erarbeiten adäquate Lösungen.</p> <p>Die Studierenden setzen sich kritisch mit softwarebasierten Ergebnissen ihrer Analyse auseinander und diskutieren sowie kommunizieren diese. Sie können Defizite der verwendeten Software einschätzen und alternative Lösungen umsetzen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Unit 1	Softwaregestützte Datenanalyse
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	Belhekar, V.M. (2016): Statistics for Psychology Using R. SAGE Publications, Inc. Bühner, M. und Ziegler, M. (2017): Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Grundlagen und Umsetzung mit SPSS und R. Pearson. McClave J.T., Benson P.G. und Sincich T.: Statistics for Business and Economics. 13. Auflage. Harlow, Munich: Pearson; 2018. Rasch, D., Kubinger, K., & Yanagida, T. (2011). Statistics in psychology using R and SPSS. John Wiley & Sons.

Unit 2		Schließende Statistik in der Wirtschaftspsychologie
Unitnummer	5546	
Prüfungsnummer	5546	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1,5 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Lehrveranstaltungen Analyse qualitativer und quantitativer Daten sowie Methoden der psychologischen Datenauswertung	
Lehrinhalte	Schätzverfahren und Konfidenzintervalle Elemente eines Hypothesentests Testen von Unterschiedshypothesen Testen von Zusammenhangshypothesen Nichtparametrische Testverfahren ANOVA Schätzen und Testen im linearen Regressionsmodell	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden vertiefen das Verständnis des Zufallseinflusses auf die Fragestellungen und Methoden der schließenden Statistik. Sie wenden das Konzept des Hypothesentests in praktischen Aufgabenstellungen der Wirtschaftspsychologie sicher und eigenständig an. Sie erkennen und diskutieren dabei die statistisch-mathematischen Voraussetzungen in verschiedenen Testsituationen und können alternative Vorgehensweisen in wirtschaftspsychologischen Fragestellungen anwenden.</p> <p>Ein besonderer Fokus liegt auf der eigenständigen Interpretation und Kommunikation der Ergebnisse statistischer Hypothesentests durch die Studierenden in verschiedenen Praxissituationen.</p> <p>Die Studierenden kennen und kommunizieren die Grenzen statistischer Testverfahren. Sie verknüpfen das Konzept des Hypothesentests mit kritischen Fragestellungen bzw. Methoden der Nachhaltigkeitsforschung und Evaluation.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Unit 2	
Schließende Statistik in der Wirtschaftspsychologie	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	<p>Bühner, M. und Ziegler, M. (2017): Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Grundlagen und Umsetzung mit SPSS und R. Pearson.</p> <p>Fahrmeir L, Heumann C., Künstler R., Pigeot I. und Tutz G.: Statistik. 6. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer; 2016.</p> <p>McClave J.T., Benson P.G. und Sincich T.: Statistics for Business and Economics. 13. Auflage. Harlow, Munich: Pearson; 2018.</p> <p>Rasch, D., Kubinger, K., & Yanagida, T. (2011). Statistics in psychology using R and SPSS. John Wiley & Sons.</p>

Modul		Arbeits- und Organisationspsychologie	
Modulnummer	5926		
Prüfungsnummer	5926		
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester		
Dauer	1 Semester		
Semesterwochenstunden	4		
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung		
ECTS-Leistungspunkte	5		
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 		
Sprache	Deutsch		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ulrike Starker		
Teilnahmevoraussetzungen	Wirtschaftspsychologische Methodik, Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie		
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Diese Veranstaltung ist Grundlage für das Berufsfeld „Personal“ und für das Praxissemester. Sie ist ebenfalls geeignet für Studierende aus dem Masterstudiengang Business Consulting (M.A.), die die psychologischen Grundlagen in Unternehmen kennenlernen möchten.		
Lehrinhalte	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.		
Kompetenzziele	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		

Modul	Arbeits- und Organisationspsychologie
	<p>Theorien und Untersuchungsergebnisse Lösungsansätze zu identifizieren und darauf aufbauend eigenständig Lösungen zu entwickeln.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	<p>Schuler, H. (Hrsg) (2013). Lehrbuch der Personalpsychologie (5. Auflage). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Schuler, H. (Hrsg.) (2013). Lehrbuch Organisationspsychologie. (4. Auflage). Bern: Huber.</p> <p>Spieß, E. & Winterstein, H (1999). Verhalten in Organisationen. Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p>Rosenstiel, L. von, Regnet, E. & Domsch, M. (Hrsg.) (2003). Führung von Mitarbeitern. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Sowie aktuelle Literatur</p>

Modul		Marketing
Veranstaltungsnummer	2950	
Prüfungsnummer	2950	
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Sprache	Deutsch	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Patrick Hehn	
Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlen: Kenntnisse in gängiger Anwendersoftware (z.B. Excel, Powerpoint)	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Modul ist Voraussetzung für alle weiteren Marketingfächer des Studiengangs.	
Lehrinhalte	Begrifflich-konzeptionelle Grundlagen Konsumentenverhalten Marktforschung Marketingziele und -strategien Produktpolitik Preispolitik Kommunikationspolitik Distributionspolitik	
Kompetenzziele	Die Studierenden können unter Anwendung des strategischen und operativen Instrumentariums des Marketings sowie auf der Grundlage der Erkenntnisse der Konsumentenverhaltensforschung und den Methoden der Marktforschung eine Marketingkonzeption entwickeln. Sie verstehen die zentralen Begriffe und Konzepte des Marketings und sind in der Lage, auf der Grundlage moderner Erkenntnisse der Kaufverhaltensforschung operative Marketingentscheidungen	

Modul	Marketing
	<p>zu treffen. Dabei können sie kompetent die sektoralen Besonderheiten des Marketings berücksichtigen (z. B. Konsumgüter-, Dienstleistungs-, Non Profit-Marketing).</p> <p>Die Studierenden kennen die Methoden der Primärforschung, können diese bewerten und auswählen und schließlich sinnvoll für konkrete Marketingentscheidungen einsetzen. Sie kennen die 4P des Marketings und können diese auf Marketingprozesse anwenden.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	<p>Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis, 7. Auflage, Stuttgart 2022</p> <p>Homburg, C.: Grundlagen des Marketingmanagements, 6. Auflage, Wiesbaden 2020</p> <p>Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 15. Auflage, Wiesbaden 2022</p>

Modul Markt- und Konsumpsychologie	
Modulnummer	5917
Prüfungsnummer	5917
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Dauer	1 Semester
Semesterwochenstunden	4
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden
Sprache	Deutsch
Modulverantwortung	Prof. Dr. Georg Felser
Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzungen: Kenntnisse in allgemeiner Psychologie, Sozialpsychologie und wirtschaftspsychologischer Methodik
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Diese Veranstaltung bereitet auf die Berufsfeldorientierung „Werbung und Konsumpsychologie“ im Berufsfeld „Marktpsychologie“ vor.
Lehrinhalte	<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

Modul	Markt- und Konsumpsychologie
	<ul style="list-style-type: none"> - Entscheidungen, Entscheidungsheuristiken, Entscheidungsfehler, Problem der Rationalität von Konsumententscheidungen
<p>Kompetenzziele</p>	<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 verhaltenswissenschaftliche 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> <p>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, zum Beispiel kennen sie die Grundmuster konsistenztheoretischer oder metakognitiver Verhaltensklärungen und können diese auf neue Situationen anwenden.</p> <p>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 Konsumpsychologie anzuwenden und können aus den Teildisziplinen der Psychologie (insbesondere Allgemeine und Sozialpsychologie) konsumpsychologische Anwendungen ableiten.</p> <p>Sie sind in der Lage, das erworbene psychologische Theorienwissen eigenständig in Handlungsanweisungen umzusetzen.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgenden Bereich: Wissen und Verstehen</p>
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.</p>

Modul	Markt- und Konsumpsychologie
Basisliteratur	Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Springer.

Modul		Auslands- / Entrepreneurship- / Praxissemester
Häufigkeit des Angebots	Auslands- und Praxissemester: Winter- und Sommersemester Entrepreneurshipsemester: vorläufig Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Semesterwochenstunden	Auslandssemester: gemäß Curriculum der Partnerhochschule Entrepreneurshipsemester: 19 Praxissemester: 2	
Lehr- und Lernformen	Die Lehr- und Lernformen richten sich nach dem gewählten Modul.	
ECTS-Leistungspunkte	30	
Arbeitsaufwand	750 Stunden Auslandssemester: <ul style="list-style-type: none"> - Die Aufteilung zwischen Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen und Selbststudium erfolgt gemäß dem gewählten Curriculum an der Partnerhochschule. Entrepreneurshipsemester: <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 266 Stunden - Selbststudium: 484 Stunden Praxissemester: <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 28 Stunden - Selbststudium: 722 Stunden 	
Sprache	Deutsch oder Fremdsprache	
Modulverantwortung	Studiengangskoordination	
Teilnahmevoraussetzungen	Die Voraussetzungen für die Zulassung sind der jeweils zuständigen Ordnung in ihrer aktuell gültigen Fassung zu entnehmen: <ul style="list-style-type: none"> - Auslands- und Praxissemester: Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des FBW - Entrepreneurshipsemester: Ordnung zur Durchführung eines Entrepreneurshipsemesters am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften 	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Je nach Auswahl geht mit dem Modul eine andere Verwendbarkeit einher: Das Auslandssemester ergänzt insbesondere interkulturelle und sprachliche Kompetenzen. Das Entrepreneurshipsemester dient der Ergänzung der für eine Unternehmensgründung notwendigen Selbst- und Teamkompetenzen und vermittelt darauf aufbauende spezifische Managementkompetenzen. Das Praxissemester ergänzt die theoretische Grundlagenausbildung der ersten	

Modul	Auslands- / Entrepreneurship- / Praxissemester
	<p>drei Studiensemester und stellt die Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis her.</p> <p>Das Modul wird studiengangübergreifend in folgenden Bachelorstudiengängen des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften eingesetzt: Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Nachhaltiges Management (B.Sc.), Marketingmanagement (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) und Tourismusmanagement (B.A.).</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p>Die Studierenden können zwischen einem Auslandssemester, einem Entrepreneurshipsemester oder einem Praxissemester wählen.</p> <p>Auslandssemester</p> <p>In dem Auslandssemester erwerben die Studierenden 20 ECTS-Leistungspunkte durch ein Studiensemester an einer ausländischen Hochschule sowie 10 ECTS-Leistungspunkte durch das Verfassen eines Auslandssemesterberichts. Für den Bericht gelten dieselben Anforderungen wie für den Praxissemesterbericht. Gegenstand des Berichts soll ein Thema aus dem Auslandsstudium sein. Der Bericht entfällt, sofern an der ausländischen Hochschule mindestens 30 ECTS-Leistungspunkte erworben wurden.</p> <p>Die Wahl der Lehrveranstaltungen während des Studienaufenthalts im Ausland richtet sich nach dem Angebot der jeweils gewählten Partnerhochschule. Hinsichtlich der Art der Studienleistungen und -prüfungen werden keine Auflagen gemacht. Die gewählten Kurse sind der Studiengangskoordination vor Studienbeginn im Ausland in Form eines Learning Agreements (das Formular wird im International Office vorgehalten) vorzulegen. Die Studiengangskoordination kann um Änderung der Kurswahl bitten, wenn der akademische Anspruch der Kurse fraglich erscheint.</p> <p>Entrepreneurshipsemester</p> <p>Das Entrepreneurshipsemester besteht aus verschiedenen Lehrveranstaltungen im Umfang von insgesamt 30 ECTS-Leistungspunkten. Die spezifischen, gemäß Studienplan festgelegten Prüfungs- und Studienleistungen müssen für einen erfolgreichen Abschluss des Entrepreneurshipsemesters vollständig erbracht werden. Anschließend folgt eine weitgehend selbstorganisierte und durch Mentorinnen und Mentoren begleitete Phase der Erstellung eines Businessplans im Team. Details zu den Lehrveranstaltungen finden sich im Modulhandbuch des Entrepreneurshipsemesters.</p> <p>Praxissemester</p> <p>In dem Praxissemester erwerben die Studierenden 20 ECTS-Leistungspunkte durch ein mindestens 16-wöchiges Praktikum in einem Unternehmen sowie 10 ECTS-Leistungspunkte durch das Verfassen eines Praxissemesterberichts.</p>

Modul	Auslands- / Entrepreneurship- / Praxissemester
	<p>1. Praxissemesterbericht</p> <p>Der Praxissemesterbericht, der im Idealfall eine Aufgabenstellung aus dem Praktikum aufgreift, besteht aus einem schriftlichen Teil im Umfang von 10 Seiten und einem Vortrag mit einer Dauer von 20 Minuten. Die Betreuung der Studierenden erfolgt durch eine/n Lehrende/n der Hochschule Harz. Diese Anforderungen sind seitens der Hochschule in Form von schriftlichen Informationen sowie den Selbstlernunterlagen „Leitfaden zur Erstellung eines Praxissemesterberichtes“ und „Anforderungen zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten“ detailliert beschrieben und online verfügbar. Auf diese Anforderungen werden die Studierenden vor der Erstellung des Praxissemesterberichts hingewiesen.</p> <p>Weitere Informationen und Hilfestellungen zum Praxissemester sowie die Anforderungen an die Praktikumsstellen sind in der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des FBW festgelegt.</p> <p>2. Begleitende Lehrveranstaltung</p> <p>Das Praxissemester wird durch eine Lehrveranstaltung begleitet, die folgende Elemente umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> - eine Einführungsveranstaltung, - digital zur Verfügung stehende Selbstlernunterlagen, - Einzelgespräche (persönlich oder telefonisch) zwischen den Studierenden und den betreuenden Dozent:innen der Hochschule Harz und - Präsentationen der Studierenden. <p>Zur Vorbereitung des Praxistransfers dient eine Einführungsveranstaltung mit dem Praktikumsbeauftragten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vor dem Beginn des Praxissemesters. In dieser zweimalig vor dem Praktikumsbeginn stattfindenden Informationsveranstaltung werden die relevanten Abläufe im Zusammenhang mit der Durchführung des Praktikums vorgestellt. Die notwendigen organisatorischen Details werden den Studierenden erläutert und Hilfestellung angeboten. Darüber hinaus stimmen sich die betreuenden Lehrenden vorbereitend mit den jeweiligen Studierenden hinsichtlich der notwendigen Betreuungsinhalte individuell ab.</p> <p>Mittels der digitalen Selbstlernunterlagen erfolgt die Einführung in die wissenschaftliche Denk- und Arbeitsweise, die die Studierenden dazu befähigt, eigenständig Aufgabenstellungen zu erarbeiten und zu analysieren, Informationen zu recherchieren und Texte entsprechend den anerkannten wissenschaftlichen Standards zu erstellen. Dadurch werden die Studierenden darauf vorbereitet, anspruchsvolle Aufgaben in den Praxisphasen zu übernehmen und Praktikumsberichte zu erstellen.</p>

Modul	Auslands- / Entrepreneurship- / Praxissemester
	<p>Während der Praktikumsphase werden mit der jeweiligen Betreuung der Hochschule auf der Basis der Selbstlernunterlagen in individuellen Einzelgesprächen die Inhalte und die Gliederung des Praxissemesterberichts abgestimmt. Hierdurch werden die Studierenden bei der Erstellung des schriftlichen Berichts mit seinem wissenschaftlichen Charakter unterstützt und begleitet.</p> <p>Den Abschluss des Praxissemesters und der begleitenden Lehrveranstaltung bilden die Präsentationen der Praxissemesterberichte, welche vor der Betreuung an der Hochschule und weiteren Verfasser:innen von Praxissemesterberichten abzuhalten sind. Durch die verpflichtende Teilnahme an der Präsentation auch anderer Praxissemesterberichte, bei welcher es sich im Regelfall um eine halbtägige Blockveranstaltung handelt, soll ein übergreifender Austausch zu betrieblichen Erfahrungen vorgenommen werden und gleichzeitig die Anwendung von wissenschaftlichen Arbeitstechniken anhand verschiedener Praxissemesterberichte vertiefend geübt werden.</p> <p>3. Praktikum</p> <p>Die Anforderungen an die Praktikumsstellen sind in der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des FBW festgelegt.</p>
<p>Kompetenzziele</p>	<p>Auslandssemester</p> <p>Während eines Studiensemesters an einer ausländischen Hochschule vertiefen die Studierenden ihre Sprachkenntnisse und können die bereits im Studium erworbenen Fähigkeiten erweitern sowie neues Wissen entsprechend dem Studienangebot im Ausland erwerben.</p> <p>Entrepreneurshipsemester</p> <p>Es werden die für eine Gründung notwendigen Selbst- und Teamkompetenzen und spezifische Managementkompetenzen erworben. Zudem beherrschen die Studierenden die Erstellung und Präsentation eines im Team erstellten Businessplans.</p> <p>Praxissemester</p> <p>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.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation

Modul	Auslands- / Entrepreneurship- / Praxissemester
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität</p> <p>Auslandssemester</p> <p>Als bestandene Prüfungsleistung gilt der Nachweis über bestandene Leistungen im Umfang von 20-30 ECTS-Leistungspunkten oder äquivalenten Credits von der Partnerhochschule.</p> <p>Sofern weniger als 30 ECTS-Leistungspunkte an der Partnerhochschule erlangt wurden, ist zusätzlich ein Auslandssemesterbericht zu verfassen.</p> <p>Details sind der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des FBW zu entnehmen.</p> <p>Entrepreneurshipsemester</p> <p>Die Prüfungs-/Studienleistungen werden gemäß dem vorgegebenen Curriculum absolviert.</p> <p>Details sind der Ordnung zur Durchführung eines Entrepreneurshipsemesters am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften sowie dem Modulhandbuch des Entrepreneurshipsemesters zu entnehmen.</p> <p>Praxissemester</p> <p>Als bestandene Prüfungsleistung gilt der schriftliche Tätigkeitsnachweis oder ein qualifiziertes Praktikumszeugnis der Praxisstelle sowie der bestandene Praxissemesterbericht.</p> <p>Details sind der Praktikumsordnung für die Bachelor-Studiengänge des FBW zu entnehmen.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Die Literatur ergibt sich in Abhängigkeit von der jeweils gewählten Ausgestaltung des Moduls.</p>

English for Psychology II (B2)	
Module Nummer	5556
Course Frequency	Summer Semester and Winter Semester
Duration	2 Semesters
Module Structure	The module consists of the following units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: English for Psychology: Research - Unit 2: English for Psychology: Presentation
Contact Hours per Week	4
Teaching and Learning Forms	3 SWS Exercises 1 SWS Project Work / Case Studies
ECTS Credit Points	5
Workload	125 hours <ul style="list-style-type: none"> - Attendance time in courses: 56 hours - Self-study: 69 hours
Module Responsibility	Sarah Piper
Prerequisites for Participation	The specific conditions for participation of the individual units are presented in their descriptions.
Applicability in Study Programme	Research using sources in English. Evaluation of the trustworthiness of sources. To be applied in academic as well as professional contexts.
Target Competencies	<p>Students apply doing research using sources from academic journals in English and manage sources in a clear way to support a project. They are able to give academic presentations in English with specialized vocabulary (Psychology, Business). Furthermore, they participate in English-speaking meetings, give constructive feedback, negotiate and take part in discussions.</p> <p>This module thus imparts competences at level 1 of the Qualifications Framework for German Higher Education Qualifications (HQP) at Bachelor level. This applies in particular to the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knowledge and understanding - Use, application and creation of knowledge - Communication and cooperation - Scientific self-perception / professionalism

Module	English for Psychology II (B2)
Examination and Course Achievement	<p>The examination and course achievements for this module are carried out at unit level and are described in more detail there. They are included in the module grade with the following weighting:</p> <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50%- Unit 2: 50%

Unit 1		English for Psychology: Research
Unit Number	5557	
Exam Number	5557	
Contact Hours per Week	2	
Teaching and Learning Forms	1 SWS Exercises 1 SWS Project Work / Case Studies	
Language	English	
Prerequisites for Participation	B2 (Common European Framework of Reference for Languages)	
Content	<p>This course seeks to prepare students regarding the supportive steps necessary for structured research as a multitude of resources exist in English. Based on a topic to be chosen from a subject class, students will undertake guided practice, draw up a small project and work their way through the research process step by step. Guided practice will cover as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> - how to narrow down a topic - what makes a good research question - finding sources on databases and identifying reliable sources - setting up projects and categorizing sources by means of reference management systems (Citavi, Mendeley, Zotero) - the concept of plagiarism, why it is unethical, how to avoid it 	
Target Competencies	<p>Students will have expanded on general and specific vocabulary, gained a firm understanding of how to tackle a research project in a structured way. They are able to clearly set apart reliable sources from unsuitable ones, know how to identify linguistic cues to detect fake news, manage sources in a clear way to support their project, master paraphrasing and quoting and acquired the linguistic and structural means to present their work results in a professional manner.</p> <p>Language skills on B2 (European Framework of Reference for Languages) will be strengthened.</p> <p>This unit thus imparts competences at level 1 of the Qualifications Framework for German Higher Education Qualifications (HQF) at Bachelor level. This applies in particular to the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knowledge and understanding - Use, application and creation of knowledge - Communication and cooperation - Scientific self-perception / professionalism 	

Unit 1	English for Psychology: Research
Examination and Course Achievement	The primary form of examination is the project work.
Basic Literature	Selected journal articles and material provided in class.

Unit 2		English for Psychology: Presentation
Unit Number	5558	
Exam Number	5558	
Contact Hours per Week	2	
Teaching and Learning Forms	Exercises	
Language	English	
Prerequisites for Participation	B2 English (Common European Framework of Reference for Languages)	
Content	<p>The main focus of this course is oral communication. Students will acquire expressions and structures necessary to give presentations in English, practice employing peer feedback as a method in different stages of creating their own presentation, and reflect on the design of a poster as a key visual aid for their presentation. They will expand their professional vocabulary. The topics covered are general psychology, social psychology, marketing, consumer psychology and organizational psychology.</p>	
Target Competencies	<p>Students will be able to give presentations in English, express constructive feedback, participate in English-speaking meetings, negotiate and take part in discussions.</p> <p>This unit thus imparts competences at level 1 of the Qualifications Framework for German Higher Education Qualifications (HQP) at Bachelor level. This applies in particular to the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knowledge and understanding - Use, application and creation of knowledge - Communication and cooperation - Scientific self-perception / professionalism 	
Examination and Course Achievement	The primary form of examination is the presentation.	
Basic Literature	Cornelsen (2014). English for Presentations. Short Course Series Englisch im Beruf. Business Skills · B1/B2	

Modul		Angewandte Personalführung
Modulnummer	5586	
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester	
Dauer	2 Semester	
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Personalführung und Moderation - Unit 2: Kommunikation und Führung 	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1,5 SWS Übungen 1,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Elisabeth van Bentum	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Aufbauend auf den Grundlagen operativer Personalarbeit werden die Studierenden auf mögliche Führungs- und Konfliktsituationen im Rahmen von weiterführender Team- und Projektarbeit vorbereitet.	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen Instrumente bzw. Techniken der Mitarbeiterkommunikation und -führung und können diese in Führungssituationen (in Präsenz oder digital) zielorientiert und nachhaltig einsetzen. Darüber hinaus identifizieren sie potentielle Konfliktsituationen im Führungskontext und können diese lösungsorientiert moderieren und reflektieren.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Modul	Angewandte Personalführung
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 100 %- Unit 2: 0 %

Unit 1	
Personalführung und Moderation	
Unitnummer	5587
Prüfungsnummer	5587
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 0,5 SWS Übungen 0,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Notwendige Voraussetzungen: Organisationspsychologie, Personalmanagement
Lehrinhalte	Das Konzept der "Situativen Führung" als theoretischer Bezugsrahmen Führungsleitbild und Führungskultur Schlüsselstrategien erfolgreicher Führung Kreislauf der Mitarbeiterführung Neuere Führungsansätze (transaktionale und transformationale Führung) Ausgewählte Instrumente der Personalführung (Zielsetzung und -vereinbarung, Kommunikation, Delegation, Beurteilung, Förderung) Moderationsablauf Moderations-Tools Moderations-Skills Anwendungsorientierte Moderationsübungen
Kompetenzziele	Die Studierenden kennen grundlegende Instrumente bzw. Techniken der Mitarbeiterkommunikation und -führung und können diese in Führungssituationen zielorientiert einsetzen. Darüber hinaus können sie Moderationsprozesse im Rahmen einer Führungsaufgabe systematisch und zielorientiert gestalten. Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Unit 1	Personalführung und Moderation
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	Lieber, B. (2017). Personalführung (3. Auflage). Konstanz Lipp, U., Will, H. (2008). Das große Workshop-Buch: Konzeption, Inszenierung und Moderation von Klausuren, Besprechungen und Seminaren (8. Auflage). Weinheim Schmidt, R. (2012). Immer richtig miteinander reden: Transaktionsanalyse in Beruf und Alltag (6. Auflage). Paderborn Weibler, J. (2022). Personalführung (3. Auflage). München

Unit 2		Kommunikation und Führung
Unitnummer	5588	
Prüfungsnummer	5588	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	1 SWS Übungen 1 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Notwendige Voraussetzungen: Organisationspsychologie, Grundlagen Personalmanagement	
Lehrinhalte	<p>Vorbereitung eines Mitarbeitergespräches</p> <p>Durchführung eines Mitarbeitergespräches</p> <p>Anlässe für Mitarbeitergespräche</p> <p>Anwendungsorientierte (Video-)Übungen für Mitarbeitergespräche</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen grundlegende Instrumente bzw. Techniken der Mitarbeiterkommunikation und -führung und können diese in Führungssituationen zielorientiert einsetzen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.	
Basisliteratur	Schmidt, R. (2012). Immer richtig miteinander reden: Transaktionsanalyse in Beruf und Alltag (6. Auflage). Paderborn: Junfermann	

Modul		Wirtschaftspsychologisches Projektstudium
Modulnummer	5594	
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	<p>Das Modul besteht aus folgenden Units:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Wirtschaftspsychologisches Projektmanagement - Unit 2: Praxisprojekt 1 - Unit 3: Praxisprojekt 2 - Unit 4: Projektwoche 	
Semesterwochenstunden	7	
Lehr- und Lernformen	<p>1 SWS Seminar</p> <p>6 SWS Projektarbeit / Fallstudien</p>	
ECTS-Leistungspunkte	8	
Arbeitsaufwand	<p>200 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 98 Stunden - Selbststudium: 102 Stunden 	
Modulverantwortung	Studiengangskoordination	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	In diesem Modul werden die erlernten Inhalte auf Projekte mit Unternehmen aus der Praxis vorbereitet und durchgeführt. Außerdem werden auf Grundlage dieser Praxisarbeiten wiederum theoretisches und Anwendungswissen vermittelt.	
Kompetenzziele	<p>Durch die Praxisanwendung dieses Moduls erlangen die Studierenden besondere Erfahrungen, die für das Berufsleben essentiell sind. Zudem beherrschen sie die wissenschaftliche Durchführung von Praxisprojekten.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Modul	Wirtschaftspsychologisches Projektstudium
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 20 %- Unit 2: 40 %- Unit 3: 40 %- Unit 4: 0 %

Unit 1		Wirtschaftspsychologisches Projektmanagement
Unitnummer	5595	
Prüfungsnummer	5595	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzung: Kenntnis und Beherrschung der grundlegenden wirtschaftspsychologischen Inhalte und Methoden sowie Teamkompetenz und Präsentationsfähigkeit</p> <p>Empfohlene Voraussetzungen: Organisationspsychologie, Markt- und Konsumpsychologie</p>	
Lehrinhalte	<p>Erkennen der Notwendigkeit von Projektmanagement für eine effektive Projektarbeit und Beherrschen der dazu nötigen Methoden</p> <p>Was ist ein Projekt?</p> <p>Welche Arten gibt es und welche unterschiedlichen Anforderungen ergeben sich?</p> <p>Welche Projektschritte gibt es? (Projektdefinition, -planung, -steuerung, -abschluss)</p> <p>Welche Methoden sind wann sinnvoll?</p> <p>Warum ist Qualitätssicherung unabdingbar und wie macht man sie?</p> <p>Welche Methoden zur Unterstützung einer effektiven Zusammenarbeit gibt es?</p>	
Kompetenzziele	<p>Aufgabenstellungen möglichst externer Auftraggeber:innen analysieren, Lösungen konzipieren, diese in konkrete Maßnahmen umsetzen, durchführen und das Ergebnis in adäquater Weise überprüfen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelororniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.	
Basisliteratur	DeMarco, T. (1998). Der Termin: ein Roman über Projektmanagement. Hanser.	

Unit 1

Wirtschaftspsychologisches Projektmanagement

Strohschneider, S., Von der Weth, R. (2002). Ja, mach nur einen Plan. Bern: Hogrefe.

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

Unit 2		Praxisprojekt 1	
Unitnummer	5591		
Prüfungsnummer	5591		
Semesterwochenstunden	2		
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit / Fallstudien		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzung: Kenntnis und Beherrschung der grundlegenden wirtschaftspsychologischen Inhalte und Methoden sowie Teamkompetenz und Präsentationsfähigkeit</p> <p>Empfohlene Voraussetzungen: Organisationspsychologie, Markt- und Konsumpsychologie</p>		
Lehrinhalte	<p>Das in den Berufsfeldern erworbene Wissen wird im Praxisprojekt, möglichst für Unternehmen aus der Region, in konkretes Handlungswissen umgesetzt.</p> <p>Mögliche Projekte sind bspw. im Marketingbereich:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielgruppenspezifische Konzeption einer Markenstrategie - Imageanalyse - Werbemitteltest - Feldstudie am Point of Sale - Konsumentenbefragungen zu marketingrelevanten Themen - Konzeption und Erprobung neuer Marktforschungstools (z.B. apparativ, computergestützt) 		
Kompetenzziele	<p>Aufgabenstellungen möglichst externer Auftraggeber:innen analysieren, Lösungen konzipieren, diese in konkrete Maßnahmen umsetzen, durchführen und das Ergebnis in adäquater Weise überprüfen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation 		
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.		
Basisliteratur	je nach Praxisprojekt verschieden		

Unit 3		Praxisprojekt 2	
Unitnummer	5592		
Prüfungsnummer	5592		
Semesterwochenstunden	2		
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit / Fallstudien		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzung: Kenntnis und Beherrschung der grundlegenden wirtschaftspsychologischen Inhalte und Methoden sowie Teamkompetenz und Präsentationsfähigkeit</p> <p>Empfohlene Voraussetzungen: Organisationspsychologie, Markt- und Konsumpsychologie</p>		
Lehrinhalte	<p>Das in den Berufsfeldern erworbene Wissen wird im Praxisprojekt, möglichst für Unternehmen aus der Region, in konkretes Handlungswissen umgesetzt.</p> <p>Mögliche Projekte sind bspw. im Personalbereich:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 		
Kompetenzziele	<p>Aufgabenstellungen möglichst externer Auftraggeber:innen analysieren, Lösungen konzipieren, diese in konkrete Maßnahmen umsetzen, durchführen und das Ergebnis in adäquater Weise überprüfen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation 		
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.		
Basisliteratur	je nach Praxisprojekt verschieden		

Unit 4		Projektwoche	
Unitnummer	3709		
Prüfungsnummer	3709		
Semesterwochenstunden	1		
Lehr- und Lernformen	Seminar		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Lehrinhalte	<p>Die Projekte können sowohl aus dem Gesamtangebot des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften als auch aus den Angeboten der Fachbereiche Automatisierung und Informatik sowie Verwaltungswissenschaften gewählt werden und reichen von Betriebsbesichtigungen über Fachtagungen bis hin zur Beteiligung an konkreten Projekten.</p> <p>Die Lehrinhalte sind demzufolge abhängig von der jeweiligen Veranstaltung und variieren von Jahr zu Jahr.</p> <p>Die zur Auswahl stehenden Projekte werden auf Stud.IP bekanntgegeben. Wenn Projekte nur einen anteiligen Beitrag zum Erhalt der insgesamt 1 SWS erbringen, müssen entsprechend mehrere Veranstaltungen belegt werden.</p>		
Kompetenzziele	<p>In der Projektwoche setzen sich die Studierenden losgelöst vom vorstrukturierten Lehrplan mit einem speziellen studienrelevanten Thema praxisorientiert auseinander. Einblicke in die Praxis im Rahmen von Exkursionen weisen die späteren Absolventinnen und Absolventen auf ihre Einsatzmöglichkeiten hin.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 		
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.		
Basisliteratur	Die Literatur ergibt sich in Abhängigkeit von der jeweiligen Veranstaltung.		

Modul		Wahlpflichtfach (Wirtschaftspsychologie)	
Modulnummer	5523		
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester		
Dauer	2 Semester		
Semesterwochenstunden	4		
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 2 SWS Übungen		
ECTS-Leistungspunkte	5		
Arbeitsaufwand	125 Stunden - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden		
Sprache	Deutsch		
Modulverantwortung	Studiengangskoordination		
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Voraussetzungen werden von dem modulverantwortlichen Studiengang vorgegeben.		
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Durch das Wahlpflichtfach können individuelle Ergänzungen des Studiums gemäß persönlichen Interessen und zukünftiger beruflicher Ausgestaltungen erfolgen. Hierdurch können spezielle Schnittstellen zu anderen Bereichen geschaffen werden, z.B. Sprachen.		
Lehrinhalte	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.		
Kompetenzziele	Die erworbenen Kompetenzen ergeben sich aus den jeweils gewählten Inhalten. Auf einer übergeordneten Ebene sichert dieses Modul eine umfassende Sicht auf die eigene Disziplin und verhindert eine zu starke Konzentration auf die für die eigenen Berufsziele relevanten Inhalte. Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen		

Modul	Wahlpflichtfach (Wirtschaftspsychologie)
	<ul style="list-style-type: none">- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die Art der Prüfungs-/Studienleistung richtet sich nach der Studienordnung des modulverantwortlichen Studiengangs.
Basisliteratur	wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

Modul Berufsfeldorientierung Marktforschung für Wirtschaftspsychologen	
Modulnummer	5986
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	2 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Quantitative Marktforschung - Unit 2: Projektstudien zur Marktforschung
Semesterwochenstunden	8
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 6 SWS Projektarbeit / Fallstudien
ECTS-Leistungspunkte	10
Arbeitsaufwand	250 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 Stunden - Selbststudium: 138 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Andree Ehlert
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Diese Berufsfeldorientierung baut auf den Modulen „Wissenschaftliche Ansätze der Wirtschaftspsychologie“, „Wirtschaftspsychologische Methodenlehre - Grundlagen“ sowie „Wirtschaftspsychologische Forschung“ auf und vertieft sowie konkretisiert die dort erworbenen Kenntnisse. Die Berufsfeldorientierung knüpft ferner an das Verständnis von Märkten aus dem Modul „Einführung Wirtschaftswissenschaften“ an und erweitert die dort vermittelten Konzepte um empirische Sichtweisen. Sie greift grundlegende Konzepte und Verfahren aus den Veranstaltungen „Marketing“ sowie „Markt- und Konsumpsychologie“ auf, um diese empirisch zu evaluieren.
Kompetenzziele	Die Studierenden beherrschen die eigenständige Durchführung anspruchsvoller, quantitativer Analyseprojekte. Sie erarbeiten sich aktiv die Schritte des gesamten quantitativen Marktforschungsprozesses in Unternehmen und können die Herausforderungen in den einzelnen Prozessschritten einschätzen, Lösungsstrategien umsetzen und kommunizieren. Die schließt u.a. die Wahl geeigneter Fragestellungen, Studiendesigns, Datensätze und Analysemethoden ein.

Modul	Berufsfeldorientierung Marktforschung für Wirtschaftspsychologen
	<p>Einen Schwerpunkt des Moduls bildet die selbständige Umsetzung quantitativer Fragestellungen mit Hilfe moderner multivariater Methoden und Analysesoftware. Die Studierenden sind mit den Herausforderungen und zentralen Kritikpunkten der Verfahren vertraut. Sie können diese selbständig reflektieren, kommunizieren und Lösungsvorschläge implementieren.</p> <p>Das Modul befähigt die Studierenden, anspruchsvolle quantitative Verfahren und Ergebnisse gegenüber der typischerweise heterogenen Zielgruppe in Unternehmen praxisnah zu kommunizieren. Es bereitet die Studierenden damit auf Führungsaufgaben im Bereich des statistischen Projektmanagements vor.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unitebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: 50 % - Unit 2: 50 %

Unit 1		Quantitative Marktforschung
Unitnummer	406	
Prüfungsnummer	406	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzungen: Statistik, Marktforschung</p> <p>Empfohlene Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	
Lehrinhalte	<p>Die Veranstaltung vermittelt moderne multivariate statistische Methoden, die als Grundlage zur Umsetzung quantitativer Marktforschungsprojekte dienen. Dabei kommen sowohl hypothesengenerierende Verfahren der deskriptiven Statistik, grafische Verfahren sowie Methoden der induktiven Statistik zum Einsatz.</p> <p>Die Lehrinhalte umfassen zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Befragungsverfahren - Multiple Regression - Binäre Regression - Fallzahlplanung - Spezielle Hypothesentests - Varianzanalyse - Faktorenanalyse - Clusteranalyse - Conjoint Analyse - Korrespondenzanalyse - Kontingenztafelanalyse 	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erarbeiten sich vertiefte Kenntnisse zur eigenständigen Anwendung moderner quantitativer Methoden der Marktforschung. Sie erkennen die Interdependenzen zwischen der Wahl geeigneter Fragestellungen, Datensätze und Analysemethoden.</p> <p>Die Studierenden setzen quantitative Fragestellungen eigenständig mit Hilfe moderner Analysesoftware wie z.B. R oder SPSS um. Sie erkennen und beurteilen die Herausforderungen in Verbindung</p>	

<p>Unit 1</p>	<p>Quantitative Marktforschung</p> <p>mit der Interpretation und Kommunikation typischer Software-Out-puts.</p> <p>Die Studierenden reflektieren ihr Wissen in eigenständigen Projekten und Übungen. Sie kommunizieren und diskutieren ihre Ergebnisse unter Verwendung spezifischer Fachtermini.</p> <p>Sie sind in der Lage, Kritikpunkte der o.g. Methoden in der Praxis zu erkennen, selbständig zu reflektieren und Verbesserungsvorschläge zu formulieren.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Backhaus, K. / Erichson, B. / Plinke, W. / Weiber, R. (2018). Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 15. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Burns, A.C. / Veeck, A.F. (2020). Marketing Research, 9th edition. New York: Pearson Education.</p> <p>Chapman C. / Feit E.M. (2019). R For Marketing Research and Analytics, 2nd edition. Cham: Springer International Publishing.</p> <p>Hair Jr., J.F. / Celsi, M. / Ortinau, D.J. / Bush R.P. (2017). Essentials of Marketing Research, 4th edition. New York: McGraw-Hill Education.</p> <p>Kuß, A. / Wildner, R. / Kreis, H. (2018). Marktforschung. Daten-erhebung und Datenanalyse, 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Malhotra N.K. (2020). Marketing Research, 7th edition. Harlow, England: Pearson.</p> <p>Sarstedt M. / Mooi E. (2019). A Concise Guide to Market Research. Berlin, Heidelberg: Springer.</p> <p>A. H. Studenmund, Using Econometrics - A Practical Guide, 7th ed. Boston: Pearson, 2016.</p> <p>Darüber hinaus wird zu den einzelnen Themen Spezialliteratur eingesetzt.</p>

Unit 2		Projektstudien zur Marktforschung
Unitnummer	59862	
Prüfungsnummer	59862	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Teilnahme an der Veranstaltung „Quantitative Marktforschung“	
Lehrinhalte	<p>Die Veranstaltung behandelt in Form von praxisnahen Projektstudien die notwendigen Schritte zur eigenständigen Realisierung anspruchsvoller quantitativer Marktforschungsprojekte. Die Themen umfassen z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsdesigns - Stichprobengenerierung - Datenerhebung - Umgang mit fehlenden Werten - Evaluationsverfahren - Fragebogendesign - Online-Marktforschung - Anwendung geeigneter Software (z.B. R oder SPSS) - Umsetzung quantitativer Analyseverfahren aus der Veranstaltung „Quantitative Marktforschung“ - Präsentation der Ergebnisse - Erstellung von Marktforschungsberichten - Ergebniskritik und Kommunikation 	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden erarbeiten sich vertiefte Kenntnisse zur eigenständigen Planung, Umsetzung und Analyse quantitativer Marktforschungsprojekte. Sie wenden dabei selbständig die in der Veranstaltung „Quantitative Marktforschung“ erworbenen Kenntnisse und Verfahren auf komplexe Projektstudien zur Marktforschung an. Dies beinhaltet die Formulierung von Fragestellungen, den Prozess der Diskussion aus Auswahl von Methoden und Software sowie die Implementierung und ggf. Programmierung der Software. Ferner umfassen die Projekte die eigenständige Diskussion und Kritik der Ergebnisse.</p> <p>Die Studierenden präsentieren ihre Projektstudien und vertiefen ihre Kompetenzen zur praxisnahen Kommunikation quantitativer Ergebnisse im Bereich der Marktforschung. Sie erarbeiten sich praxisbezogene Kenntnisse des statistischen Projektmanagements.</p>	

Unit 2	Projektstudien zur Marktforschung
	<p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.
Basisliteratur	<p>Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2016). Multivariate Analysemethoden (14. Auflage). Berlin: Springer.</p> <p>Burns, A.C. & Veeck, A.F. (2020). Marketing Research (9th edition). New York: Pearson Education.</p> <p>C. Chapman and E. M. Feit, R For Marketing Research and Analytics. Cham: Springer International Publishing, 2019.</p> <p>Denis, D. J. (2021). Applied univariate, bivariate, and multivariate statistics: Understanding statistics for social and natural scientists, With Applications in SPSS and R. John Wiley & Sons.</p> <p>Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th edition). Upper Saddle River, NJ: Pearson.</p> <p>Handl, A., & Kuhlenkasper, T. (2017). Multivariate Analysemethoden: Theorie und Praxis mit R. Springer-Verlag.</p> <p>Malhotra N.K. (2020). Marketing Research (7th edition). Harlow, England: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird in Abhängigkeit von den jeweils konkret zu bearbeitenden Fallstudien am Anfang des Semesters vom Dozenten bekannt gegeben.</p>

Modul Berufsfeldorientierung Werbung und Konsumpsychologie	
Modulnummer	5984
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	2 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Werbe- und Konsumentenpsychologie - Unit 2: Psychologie der Werbe-, Produkt- und Preiswahrnehmung
Semesterwochenstunden	8
Lehr- und Lernformen	7 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen
ECTS-Leistungspunkte	10
Arbeitsaufwand	250 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 Stunden - Selbststudium: 138 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Georg Felser
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Modul führt Inhalte aus vorangegangenen Modulen fort und wendet sie auf das Themenfeld Markt, Werbung und Konsum an. Der engste thematische Bezug besteht zu der Veranstaltung, aber auch Inhalte aus der Sozial- und Allgemeinen Psychologie sowie aus der psychologischen Methodenlehre werden hier weitergeführt.
Kompetenzziele	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 Verkaufspersonal mit ihrer Kundschaft wirksam werden - auch hier können die Studierenden gegebene Verhaltensbeispiele beurteilen und Vorschläge zur Verbesserung machen.

Modul	Berufsfeldorientierung Werbung und Konsumpsychologie
	<p>Die Studierenden kennen unterschiedliche Zugangswege zur Erforschung der Konsumentenbedürfnisse, insbesondere beherrschen sie Techniken zur Ermittlung unbewusster Konsumentenmotive.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unitebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 50 %

Unit 1		Werbe- und Konsumentenpsychologie	
Unitnummer	404		
Prüfungsnummer	404		
Semesterwochenstunden	4		
Lehr- und Lernformen	3 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markt- und Konsumpsychologie <p>Empfohlene Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Psychologie - Methodenlehre - Sozialpsychologie 		
Lehrinhalte	<p>Es werden Möglichkeiten und Methoden vorgestellt, automatische Reaktionen von Konsumenten auf Produkte und Marken zu erfassen. Neben traditionellen Methoden (z.B. projektive Verfahren, semantisches Differential) werden insbesondere computergestützte Verfahren (z.B. impliziter Assoziationstest) zur Messung unbewusster Einstellungen diskutiert und praktisch erprobt.</p> <p>Ein weiteres Thema sind Wahrnehmungs- und Urteilsprozesse in Konsumalltag und Marktforschung. Hierbei geht es zum einen um die Entstehungsbedingungen von (Kunden-)Zufriedenheit, zum anderen um die Konstruktion von Zufriedenheitsurteilen, etwa im Rahmen von Marktforschungsstudien. Beides wird sowohl theoretisch als auch methodisch diskutiert.</p>		
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen die Anwendungsmöglichkeiten der Psychologie im Bereich der Werbung und des Konsumentenverhaltens. Sie können begründen, wie Urteile und Bewertungen psychologisch entstehen, welche typischen Verzerrungen darin vorkommen und von welchen äußeren Faktoren sie beeinflusst werden. In Folge dessen sind die Studierenden auch in der Lage, Prozesse der menschlichen Urteilsbildung in Befragungssituationen (z.B. in der Marktforschung) vorwegzunehmen und ungewollte Verzerrungen zu vermeiden.</p> <p>Die Studierenden können unterschiedliche Zugangswege zur Erforschung der Konsumentenbedürfnisse darlegen und diese hinsichtlich ihrer Eignung in spezifischen Kontexten bewerten. Insbesondere beherrschen sie Techniken zur Ermittlung unbewusster</p>		

<p>Unit 1</p>	<p>Werbe- und Konsumentenpsychologie</p> <p>Konsumentenmotive. Die Studierenden befinden sich auf dem aktuellen Stand der Forschung zu den Themen der psychologischen Konsumentenforschung.</p> <p>Sie sind in der Lage, aus dem erworbenen psychologischen Theorienwissen in neuen Situationen Handlungsanweisungen zu entwerfen und diese umzusetzen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Die Literatur richtet sich nach dem Stand der Forschung, z.B.:</p> <p>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? <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 14(4), 385-404.</p> <p>Kepper, G. (1996). <i>Qualitative Marktforschung. Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien</i>. Wiesbaden: Deutscher Universitäts Verlag.</p> <p>Salcher, E. F. (1995). <i>Psychologische Marktforschung</i>. Berlin: de Gruyter.</p> <p>Nerdinger, F. W. (2001). <i>Psychologie des persönlichen Verkaufs</i>. München: Oldenburg.</p> <p>Felser, G. (2023). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie</i> (5. Auflage). Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere aktuelle Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Unit 2		Psychologie der Werbe-, Produkt- und Preiswahrnehmung
Unitnummer	59840	
Prüfungsnummer	59840	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine Psychologie - Methodenlehre - Sozialpsychologie - Markt- und Konsumpsychologie <p>Empfohlene Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marktforschung - Marketing 	
Lehrinhalte	<p>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.</p> <p>Die betrachteten Konsumkontexte berücksichtigen Formen des Off- und Online-Marketings. Ein besonderes Augenmerk gilt der Möglichkeit eines ökologisch sinnvollen und nachhaltigen Konsums.</p> <p>Ein entscheidender Vorteil von Psychologinnen und Psychologen in der Wirtschaft gegenüber Ökonominen und Ökonomen besteht in der Forschungsnähe der Psychologie. Die Veranstaltung soll die Kenntnis insbesondere neuerer Forschungsergebnisse zu den Themen Werbepsychologie und Konsumentenverhalten vertiefen.</p>	
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>Studierende kennen die psychologischen Effekte, die bei der Wahrnehmung und Beurteilung von Zahlen wirksam werden. Insbesondere kennen sie typische Urteilsverzerrungen und deren Auswirkung auf die Wahrnehmung von Preisen, Mengen oder Zeit.</p>	

Unit 2	Psychologie der Werbe-, Produkt- und Preiswahrnehmung
	<p>Sie berücksichtigen die Regel der numerischen Kognition bei der Kommunikation von Preisen oder Mengen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel.</p>
Basisliteratur	<p>Felser, G. (2023). Werbe- und Konsumentenpsychologie (5. Auflage). Heidelberg: Springer.</p> <p>Meyer-Hentschel Management Consulting (1993). Erfolgreiche Anzeigen. Kriterien und Beispiele zur Beurteilung und Gestaltung (2. Auflage). Wiesbaden: Gabler.</p> <p>sowie einschlägige Publikationen z.B. aus:</p> <ul style="list-style-type: none">- Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung- Journal of Consumer Psychology- Journal of Consumer Research- Psychology & Marketing

Modul Berufsfeldorientierung Verhaltensorientiertes Marketing	
Modulnummer	5985
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	2 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Markenmanagement und Produktinnovation - Unit 2: Kommunikation und Consumer Neuroscience
Semesterwochenstunden	8
Lehr- und Lernformen	5 SWS Seminaristische Vorlesung 3 SWS Projektarbeit / Fallstudien
ECTS-Leistungspunkte	10
Arbeitsaufwand	250 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 Stunden - Selbststudium: 138 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Patrick Hehn
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Modul trägt zusammen mit den Modulen „Marktforschung für Wirtschaftspsychologen“ sowie „Werbung und Konsumpsychologie“ zum ganzheitlichen Verständnis der Marktpsychologie bei.
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, das Marktgeschehen aktiv durch vertiefte Kenntnisse In der Produkt- und Kommunikationspolitik zu beeinflussen. Sie beherrschen die Aspekte der Markenführung (Markenmanagement, Markenidentität, Markenpositionierung, Branding, Markenstrategien, (neuro-) psychologische Markenwirkungen, Kaufmotive und Belohnungssystem) sowie der Produktinnovation unter Beachtung von Markensystemen (Floprisen, Innovationsprozess von der Zielmarktbestimmung bis zur Markteinführung).</p> <p>Unter Anwendung psychologischer Kenntnisse können sie die Gestaltung von Werbung kompetent beurteilen (Wahrnehmung von Werbung, psychologische Gestaltungsprinzipien, (elektronische) Mundpropaganda, Werbeerfolgskontrolle) und zielgerichtet anwenden.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p>

Modul	Berufsfeldorientierung Verhaltensorientiertes Marketing
	<ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 50 %

Unit 1	
Markenmanagement und Produktinnovation	
Unitnummer	7933
Prüfungsnummer	7933
Semesterwochenstunden	4
Lehr- und Lernformen	2,5 SWS Seminaristische Vorlesung 1,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Grundlagenkenntnisse des Marketings
Lehrinhalte	<p>Marken steuern in erheblichem Ausmaß das Kaufverhalten. Durch Marken können Konsumenten ihren Lebensstil inszenieren und ihre Konsumziele verwirklichen. Zudem dienen Marken aus Unternehmenssicht als Plattform für Produktinnovationen.</p> <p>Die Studierenden werden mit ausgewählten Aspekten der modernen Markenführung und des Innovationsmanagements vertraut gemacht. Anhand von praktischen Beispielen und Fallstudien sollen typische Entscheidungsprobleme und Lösungsansätze der Markenführung und der Produktinnovation vertieft werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspekte des Aufbaus von Marken / Dimensionen der Markenidentität - Aufbau von Erlebniswelten für Marken - Markenpositionierung als Grundlage der Markenführung - Markengestaltung (Branding) - Strategische Optionen der Markenführung - Psychologische Markenwirkungen - Kundenorientierte Ansätze zur Messung des Markenwertes - Innovationsbegriff, Innovationsziele und -arten - Innovationsmodelle (z.B. Stage Gate-Ansatz, Open Innovation, Next Generation Innovation) - Informationsgrundlagen und strategische Grundlagen für markenorientierte Innovationsprozesse - Auswahl von Zielmärkten (Marktstrukturanalysen, Trendforschung, Blue Ocean-Strategie) - Prozess und Methoden der Ideenfindung und -bewertung - Phasen der Konzeptentwicklung und Konzepttests - Produktentwicklung und Produkttest - Planung und Test der Markteinführung - Fallstudie zur markt- und markenorientierten Produktinnovation
Kompetenzziele	Die Studierenden werden in die Lage versetzt, aufbauend auf den elementaren Fragestellungen und Entscheidungsproblemen des Markenmanagements für spezifische Markensysteme adäquate

Unit 1

Markenmanagement und Produktinnovation

Produktinnovationen zu entwickeln, die für die jeweilige Zielgruppe attraktiv und aus Unternehmenssicht wirtschaftlich lukrativ sind. Dabei lernen sie verschiedene Ansätze der modernen verhaltensorientierten Markenführung kennen und können ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg kritisch beurteilen.

Zudem können die Studierenden unter fachlich versierter Anwendung passender Marketingstrategien und -instrumente sowie geeigneter Methoden der Marktforschung komplexe Innovationsprozesse für Konsumgüter planen, steuern und realisieren.

Die Studierenden werden befähigt,

- die zentralen Begriffe und Konzepte des Marken- und Innovationsmanagements zu verstehen.
- Innovationsprozesse auf der Basis grundlegender Marketing- und Markenstrategien zu initiieren.
- die aktuellen Rahmenbedingungen (z.B. Digitalisierung, Nachhaltigkeit) und Probleme des Markenmanagements beim Aufbau und bei der Führung 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 und Markenidentitäten komparativ zu analysieren.
- 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 kommunikationpolitischen Maßnahmen im Sinne des Aufbaus klarer Markenbilder integrativ aufeinander abzustimmen.
- Gestaltungsmöglichkeiten sowie Chancen und Risiken von Markendehnung und Markenallianzen zu beurteilen.
- geeignete Methoden für die Messung des Markenwertes einzusetzen.
- einen geeigneten Zielmarkt mit Hilfe relevanter Marktdaten auszuwählen.
- Produktideen mittels verschiedener Verfahren der Ideenfindung zu generieren und anhand qualitativer und quantitativer Verfahren anhand wissenschaftlich fundierter Erfolgskriterien zu bewerten.
- Produktkonzepte für erfolgversprechende Ideen zu entwickeln und mittels moderner Verfahren der quantitativen und qualitativen Marktforschung zu testen.
- komplexe Entscheidungen hinsichtlich der Markteinführung eigenständig zu treffen und geeignete Methoden für einen Markttest auszuwählen.

<p>Unit 1</p>	<p>Markenmanagement und Produktinnovation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovationsprozesse am Beispiel einer realistischen Fallstudie im Team und in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen zu planen, vor Fachvertretern zu präsentieren, als Entscheidungsvorlage schriftlich zu fixieren (Management Summary) und zu realisieren. <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Barsch, T., Heupel, T., Trautmann, H.: Die Blue-Ocean-Strategie in Theorie und Praxis, Wiesbaden 2019.</p> <p>Baumgarth, C.: Markenpolitik, 4. Auflage, Wiesbaden 2014.</p> <p>Burmann, C., Halaszovich, T.; Schade, M.; Klein, K.; Piehler, R.: Identitätsbasierte Markenführung, 4. Auflage, Wiesbaden 2021.</p> <p>Disselkamp, M.: Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen, 2. Auflage, Wiesbaden 2012.</p> <p>Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 9. Auflage, München 2017.</p> <p>Esch, F.-R. (Hrsg): Handbuch Markenführung, Wiesbaden 2019.</p> <p>Esch, F.-R.: Marke 4.0: Wie Unternehmen zu digitalen Markenchampions werden, München 2020.</p> <p>Kilian, K., Kreuzer, R.: Digitale Markenführung. Digital Branding in Zeiten divergierender Märkte, Wiesbaden 2022.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Auflage, Wiesbaden 2019.</p> <p>Müller, T., Schroiff, H.-W.: Warum Start-ups und Produkte floppen, 2. Auflage, München 2020.</p> <p>Scharf, A., Schubert, B., Hehn, P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis. 7. Auflage, Stuttgart 2022.</p> <p>Vahs, D., Brem, A.: Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5. Auflage, Stuttgart 2015.</p>

Unit 2		Kommunikation und Consumer Neuroscience
Unitnummer	7942	
Prüfungsnummer	7942	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	2,5 SWS Seminaristische Vorlesung 1,5 SWS Projektarbeit / Fallstudien	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Grundlagenkenntnisse des Marketings aus dem Modul „Marketing“	
Lehrinhalte	<p>Werbung als Teil der Markt- und Markenkommunikation</p> <p>Modelle der Wahrnehmung von Werbung und deren strategische Handlungsoptionen</p> <p>Werbemittelgestaltung</p> <p>Prinzipien des (electronic) Word of Mouth</p> <p>Methoden der Werbewirkungsforschung</p> <p>Neurowissenschaftliche Grundlagen zur Ableitung des Werbe- und Markenerfolgs</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die elementaren Fragestellungen und Entscheidungsprobleme im Zusammenhang mit der Planung und Realisierung von Werbekampagnen zu verstehen. Durch die Verknüpfung neurowissenschaftlicher und psychologischer Erkenntnisse insbesondere zu Motiv- und Belohnungssystemen können sie relevante Codes identifizieren und zur Schaffung von Markenpräferenzen zielgruppengerecht in Kommunikationsmaßnahmen integrieren.</p> <p>Auf dieser Grundlage können sie für typische Entscheidungsbedingungen konkrete Vorschläge von Werbeagenturen kritisch bewerten und ihre Ergebnisse den beteiligten Unternehmensvertretern und Partnern präsentieren.</p> <p>Die Studierenden werden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die zentralen Begriffe und Konzepte der Werbung zu verstehen. - die aktuellen Rahmenbedingungen und Probleme der Werbung bei der Planung einer Werbekampagne zu berücksichtigen. - die Erkenntnisse der aktuellen (neuro-)psychologischen Forschung bei der Entwicklung und Gestaltung von Marken und Werbemaßnahmen zu berücksichtigen. 	

Unit 2	Kommunikation und Consumer Neuroscience
	<ul style="list-style-type: none"> - ökonomische sowie psychologische Werbeziele zu formulieren und zu operationalisieren. - die Eignung verschiedener Kommunikationskonzepte unter der so genannten "Low-" oder "High-Involvement" Bedingung zu bewerten. - Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen psychologischen Konstrukten und neurowissenschaftlichen Erkenntnissen zu erkennen und darauf basierend den Nutzen neurowissenschaftlicher Konsumentenforschung für die Werbe- und Markenforschung kritisch einzuschätzen. - anhand von geeigneten Kriterien Gestaltungsvorschläge von Werbeagenturen kritisch zu bewerten. - geeignete Methoden für die Messung der Werbewirkung einzusetzen. <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.
Basisliteratur	<p>Bayle-Tourtoulou, A.-S.; Badoc, M.: The Neuro-Consumer. Adapting Marketing and Communication Strategies for the Sub-conscious, Instinctive and Irrational Consumer's Brain. New York 2020.</p> <p>Cerf, M.; Garcia-Garcia, M.: Consumer Neuroscience. Cambridge (MA) 2017.</p> <p>Kenning, P.: Consumer Neuroscience. Ein transdisziplinäres Lehrbuch, 2. Auflage, Stuttgart 2020.</p> <p>Kroeber-Riel, W.; Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung, 8. Auflage, Stuttgart 2015.</p> <p>Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis. 7. Auflage, Stuttgart 2022.</p> <p>Scheier, C.; Held, D.: Was Marken erfolgreich macht. Neuropsychologie der Markenführung. 3. Auflage, Freiburg 2012.</p> <p>Scheier, C.; Held, D.: Wie Werbung wirkt. Erkenntnisse aus dem Neuromarketing. 3. Auflage, Freiburg 2018.</p> <p>Schweiger, G.; Schrattenecker, G.: Werbung, 10. Auflage, Stuttgart 2021.</p>

Modul Berufsfeldorientierung Personalauswahl	
Modulnummer	5981
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	2 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Grundlagen der Personalauswahl - Unit 2: Statistische Methoden und praktische Anwendung der Personalauswahl
Semesterwochenstunden	8
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 5 SWS Übungen 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien
ECTS-Leistungspunkte	10
Arbeitsaufwand	250 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 Stunden - Selbststudium: 138 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Frank Lammers
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Das Modul baut auf den verschiedenen Grundlagenveranstaltungen der ersten Semester auf.
Kompetenzziele	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. Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Modul	Berufsfeldorientierung Personalauswahl
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben.

Unit 1		Grundlagen der Personalauswahl
Unitnummer	59812	
Prüfungsnummer	59812	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Persönlichkeitspsychologie, Sozialpsychologie, Diagnostische Verfahren, Arbeits- und Organisationspsychologie, Marktforschung	
Lehrinhalte	<p>Anforderungs- und Nutzenanalysen</p> <p>Auswertung biographischer Daten</p> <p>Interviewverfahren</p> <p>Intelligenz und ihre Erfassung in Leistungstests</p> <p>Persönlichkeit und ihre Erfassung in Persönlichkeitstests</p> <p>Unseriöse Verfahren der Personalauswahl</p> <p>Assessment Center</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden lernen alle Bestandteile eines Prozesses der Personalauswahl kennen. Sie sind mit den gebräuchlichsten Verfahren vertraut und können diese anforderungs- und situationsadäquat einsetzen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.	
Basisliteratur	<p>Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>	

Unit 2	Statistische Methoden und praktische Anwendung der Personalauswahl
Unitnummer	59813
Prüfungsnummer	59813
Semesterwochenstunden	4
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Statistikgrundlagenveranstaltungen, SPSS Kurs, Grundlagen der Personalauswahl
Lehrinhalte	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse fehlender Werte - Multiple Regression - Varianzanalyse - Clusteranalyse - Faktorenanalyse <p>Die in den theoretischen Grundlagen erarbeiteten Einzelverfahren werden durch ein komplexes praxisnahes Projekt miteinander verbunden und der Umgang mit ihnen eingeübt.</p>
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse der statistischen Analysen komplexer Datensätze, wie sie typischerweise im Rahmen von Personalprojekten entstehen.</p> <p>Weiterhin verfügen sie über vertiefte Kenntnisse im Aufbau und der Durchführung von Projekten zur Personalauswahl.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelor-niveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.
Basisliteratur	Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2021). Multivariate Analysemethoden (16. Aufl.). Berlin: Springer.

Unit 2

Statistische Methoden und praktische Anwendung der Personalauswahl

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Edinburgh: Pearson.

Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014), *Lehrbuch der Personalpsychologie* (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Weitere Literatur wird im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modul Berufsfeldorientierung Personalentwicklung	
Modulnummer	5980
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	2 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Grundlagen der Personalentwicklung und Trainingskompetenz - Unit 2: Methoden und praktische Aspekte der Personalentwicklung
Semesterwochenstunden	8
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 4 SWS Übungen 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien
ECTS-Leistungspunkte	10
Arbeitsaufwand	250 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 Stunden - Selbststudium: 138 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ulrike Starker
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Diese Berufsfeldorientierung umfasst theoretische Grundlagen rund um die Personalentwicklung betreffend Konzeption, Evaluation von und Transfer in Trainings. Die Veranstaltungen bilden die Basis für andere Veranstaltungen der Berufsfeldorientierung wie Trainingskompetenzen, praktische Aspekte sowie das Praxisprojekt.
Kompetenzziele	Die Studierenden können Trainings zu neuen Inhalten selbständig auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse konzipieren, durchführen und evaluieren gemäß wissenschaftlichen Standards. Dabei können ebenso digitalisierte Formen sowie in Präsenz als auch „blended learning“, flipped Classroom-Methoden sowie selbstorganisiertes Lernen sinnvoll und effektiv eingesetzt werden. Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:

Modul	Berufsfeldorientierung Personalentwicklung
	<ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein: <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 50 %

Unit 1	Grundlagen der Personalentwicklung und Trainingskompetenz
Unitnummer	59802
Prüfungsnummer	59802
Semesterwochenstunden	4
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 2 SWS Übungen
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Notwendige Voraussetzungen: Methodenlehre, Sozialpsychologie, Organisationspsychologie, Statistik Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine Psychologie, Persönlichkeitspsychologie, Human Resource Management
Lehrinhalte	<p>Grundlagen und Vorgehen</p> <p>Überblick und theoretische Grundlagen der Personalentwicklung aus Sicht der Personalpsychologie</p> <p>Steuerung der Personalentwicklung, strategisches Kompetenzmanagement</p> <p>Generelles Vorgehen bei der Personalentwicklung: Bedarfsanalyse, Auswahl / lernzielorientierte Konzeption von Maßnahmen, Qualitätssicherung und -management, Methoden bei Seminaren in Organisationen, spezielle Trainingsformen, Transfer, Evaluation</p> <p>Neuere Ansätze wie E-learning, Computersimulationen, selbstorganisiertes Lernen, Outdoor, altersgerechte Personalentwicklung u.a.</p> <p>Trainer:innenkompetenz</p> <p>Worauf kommt es bei der Durchführung von Personalentwicklungsmaßnahmen an?</p> <p>Wie sollten sich die Trainer:innen verhalten?</p> <p>Wo sind schwierige Situationen, wie kann man ihnen vorausschauend und aktuell begegnen?</p> <p>Persönliche Anforderungen an Seminarleiter:innen</p> <p>Umgang mit Widerstand</p> <p>Anfangs- und Endsituationen</p> <p>Aufbau eines Trainings</p> <p>Allgemeine Methoden im Training wie Lehrgespräche, Gruppenarbeit, Ergebnissicherung, Transfersicherung</p> <p>Spezielle Methoden wie Metakommunikation, Selbstreflexion, Feedback, Rollenspiele</p> <p>Fallbeispiele etc.</p>

Unit 1	Grundlagen der Personalentwicklung und Trainingskompetenz
<p>Kompetenzziele</p>	<p>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.</p> <p>Die Studierenden sind mit den Anforderungen von Trainings und dem erforderlichen Trainerverhalten vertraut. Sie kennen die im Training nötigen Methoden und können sie einsetzen.</p> <p>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.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.</p>
<p>Basisliteratur</p>	<p>Rosenstiel, L. von, Regnet, E. & Domsch, M. (2014). Führung von Mitarbeitern (7. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Schuler, H., Kanning, P. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (2. Auflage). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Sonntag, K. (Hrsg.) (2016). Personalentwicklung in Organisationen (4. Auflage). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Enzyklopädie der Psychologie, Serie «Pädagogische Psychologie». Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Lippe-Heinrich, A. (2019). Personalentwicklung in der digitalisierten Arbeitswelt. Ebook: Springer. ISBN: 978-3-658-25457-5</p> <p>Ott, B. Grundlagen des beruflichen Lernens und Lehrens. Berlin: Cornelsen.</p> <p>Funcke, A. & Rachow, A. Rezeptbuch für lebendiges Training. Bonn: managerSeminare Verlags GmbH.</p> <p>Sowie spezielle Literatur zu den einzelnen Themenblöcken und Methoden auf der Literaturliste im Internet.</p>

Unit 2		Methoden und praktische Aspekte der Personalentwicklung	
Unitnummer	59803		
Prüfungsnummer	59803		
Semesterwochenstunden	4		
Lehr- und Lernformen	2 SWS Übungen 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Notwendige Voraussetzungen: Methodenlehre, Sozialpsychologie, Organisationspsychologie, Statistik</p> <p>Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine Psychologie, Persönlichkeitspsychologie, Human Resource Management</p> <p>Weiterhin unbedingt notwendig: Projektmanagement, Trainingskompetenz, Grundkenntnisse in Moderation</p>		
Lehrinhalte	<p>Dieses Modul führt die Grundlagen der Personalentwicklung weiter und bespricht bis dahin noch nicht behandelte Methoden und Verfahren sowie neuere Ansätze oder aktuelle Problemstellungen, wie beispielsweise Computersimulationen, selbstorganisiertes Lernen, demografischer Wandel und seine Implikationen für die Personalentwicklung.</p> <p>Weiterhin geht es um die Konzeption von Personalentwicklungsmaßnahmen „nach allen Regeln der Kunst“ sowie deren praktische, supervidierte Durchführung. In Verbindung mit der Lehrveranstaltung „Praxisprojekt“ kann dies in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen eine auf dessen Belange abgestimmte Maßnahme (z.B. Training) sein. Dabei werden möglichst alle Phasen durchlaufen, die theoretisch erörtert wurden, von der Bedarfsanalyse bis zu Transfer und Evaluation. Die Digitalisierung wird dabei ständig mitbesprochen.</p>		
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können Maßnahmen selbständig bedarfsgerecht konzeptionieren und, sofern vorrangig im psychologischen Bereich angesiedelt, auch in Präsenz und digital sowie blended durchführen. Sie sorgen mittels sinnvoller Qualitätsmanagementsysteme für die Qualität ihrer Maßnahmen. Sie evaluieren und optimieren ihre Maßnahmen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 		

Unit 2	Methoden und praktische Aspekte der Personalentwicklung
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist Projektarbeit.
Basisliteratur	Schuler, H., Kanning P. (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe. Sonntag, K. (2016). Personalentwicklung in Organisationen. Göttingen: Hogrefe. Sowie spezielle Literatur zu den praktischen Aspekten auf der Literaturliste im Internet.

Modul Berufsfeldorientierung Organisationsentwicklung	
Modulnummer	5987
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	2 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Grundlagen der Organisationsentwicklung - Unit 2: Praktische Anwendung der Organisationsentwicklung
Semesterwochenstunden	8
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 4 SWS Übungen 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien
ECTS-Leistungspunkte	10
Arbeitsaufwand	250 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 112 Stunden - Selbststudium: 138 Stunden
Modulverantwortung	Prof. Dr. Philipp Schaller
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.
Verwendbarkeit im Studienverlauf	Diese Berufsfeldorientierung zielt auf die Anwendung und Verbindung von verhaltens- und sozialpsychologischen Grundkenntnissen einerseits und Inhalten wirtschaftswissenschaftlicher Grundlagenveranstaltungen wie Unternehmensführung und Organisation andererseits. Das Modul qualifiziert für konkrete berufliche Tätigkeiten nach dem Bachelorstudium und schafft die Grundlage für Masterprogramme in Bereichen wie Organisationsentwicklung und -design, Business Transformation oder Arbeits- und Organisationspsychologie.
Kompetenzziele	Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen der Organisationsentwicklung (OE) und kennen die zentralen Argumente für deren Relevanz für eine nachhaltige Unternehmensführung. Sie sind mit den wichtigsten Methoden der Change Kommunikation vertraut und können einfache OE-Aufbau- und Ablauforganisationen entwerfen. Sie sind in der Lage, Interventionen, insbesondere in Form von Partizipationsformaten, zu planen und psychologisch informiert durchzuführen. Methoden zur initialen Organisationsdiagnose und zur begleitenden Evaluation sind ihnen vertraut.

Modul	Berufsfeldorientierung Organisationsentwicklung
	<p>Die Studierenden sind befähigt, als interne oder externe Berater OE-Projekte psychologisch fundiert in der Praxis zu akquirieren, zu dimensionieren, durchzuführen, zu bewerten und einzelne Phasen des Gesamtprozesses kompetent zu begleiten.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wissen und Verstehen- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen- Kommunikation und Kooperation- Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none">- Unit 1: 50 %- Unit 2: 50 %

Unit 1		Grundlagen der Organisationsentwicklung
Unitnummer	59870	
Prüfungsnummer	59870	
Semesterwochenstunden	2	
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 2 SWS Übungen	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	Organisation, Unternehmensführung, Einführung in die Wirtschaftspsychologie	
Lehrinhalte	<p>Die Komplexität der Welt im 21. Jhd.: Change Management (CM) bzw. Organisationsentwicklung (OE) als Notwendigkeit nachhaltiger Unternehmensführung</p> <p>Grundlegende CM-Modelle verschiedener Betrachtungsebenen und kritische Reflexion</p> <p>Widerstände und Möglichkeiten zum Umgang damit</p> <p>Grundlagen der OE und Abgrenzung zum CM</p> <p>Gesamtstrukturen eines OE-Prozesses (Change Architektur)</p> <p>Partizipation und Kommunikation als Hauptvariablen der Veränderungsbegleitung</p> <p>Methoden der Change Kommunikation</p>	
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden wissen um die Notwendigkeit der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Fragen der Organisationsentwicklung in der komplexen Welt. Sie sind in der Lage, auf theoretischer Ebene verschiedene Modelle des Change Managements voneinander zu unterscheiden.</p> <p>Sie kennen die wichtigsten Variablen bei der Begleitung von organisationalen Veränderungen und kennen Möglichkeiten und Grenzen entsprechender Interventionen. Sie sind überdies in der Lage, Gesamt-Veränderungsprozesse zu strukturieren und durch den Einsatz entsprechender Methoden kommunikativ zu begleiten. Die Studierenden kennen wichtige partizipative Formate, um Widerständen vorzubeugen und wissen vorhandene Widerstände für die Veränderung produktiv zu nutzen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorlevel. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Kommunikation und Kooperation 	

Unit 1	Grundlagen der Organisationsentwicklung
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist das Referat.
Basisliteratur	Doppler, K., Lauterburg, C. (2019). Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt: Campus. Kotter, J. P. (2013): Leading Change. München: Vahlen. Lauer, T. (2019): Change Management. Berlin: Springer. Schiersmann, C., Thiel, H.-U. (2018): Organisationsentwicklung. Wiesbaden: Springer. Van Nistelrooij, A. (2021): Embracing Organisational Development and Change. Cham: Springer. Weitere aktuelle Quellen im Seminar

Unit 2		Praktische Anwendung der Organisationsentwicklung	
Unitnummer	59871		
Prüfungsnummer	59871		
Semesterwochenstunden	2		
Lehr- und Lernformen	2 SWS Übungen 2 SWS Projektarbeit / Fallstudien		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	Grundlagen der Organisationsentwicklung		
Lehrinhalte	<p>Akquisition von Beratungsprojekten und Auftragsklärung</p> <p>Durchführung eines selbst akquirierten, supervidierten OE-Beratungsprojekts</p> <p>Dokumentation von OE-Beratungsprojekten</p> <p>Anwendung von Kommunikations- und Partizipationsformaten</p> <p>Fallbezogene Anwendung und Vertiefung differenzierter OE-Ansätze (systemische OE, experimentelle OE, etc.)</p> <p>Bedarfsorientierte Vertiefung von CM- und OE-Modellen</p> <p>Selbstverständnis und Rolle von OE-Beratern</p> <p>Evaluation und Reflexion der Nachhaltigkeit der im Projekt erreichten Ergebnisse</p> <p>Literaturgestütztes und evidenzbasiertes Erarbeiten von Problemlösungen</p>		
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden kennen die besonderen Anforderungen an OE-Beratungsteams und sind in der Lage, ihre Rolle in diesem Kontext zu reflektieren. Sie können zeitlich und inhaltlich begrenzte OE-Beratungsprojekte erfolgreich akquirieren, ihren Umfang ressourcenorientiert verhandeln, sie sinnvoll strukturieren und schließlich auch in der Praxis durchführen und im Ergebnis bewerten.</p> <p>Ihre eigene Tätigkeit als OE-Beratungsteam können sie kritisch reflektieren und angemessen dokumentieren. Dadurch lernen sie ein Berufsbild der Unternehmensberatung kennen und entwickeln ein professionelles Selbstverständnis.</p> <p>Unerwarteten Problemen in OE-Projekten können sie, theoretisch informiert und methodisch fundiert, evidenzbasiert begegnen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 		

Unit 2	Praktische Anwendung der Organisationsentwicklung
Prüfungs-/Studienleistung	Die primär eingesetzte Prüfungsform ist die Projektarbeit.
Basisliteratur	Kegan, R. & Lahey, L. L. (2009): Immunity to Change. Boston: Harvard Business Press. Königswieser, R., Hillebrand, M. (2017). Einführung in die systemische Organisationsberatung. Heidelberg: Carl Auer. Schaller, P. D. (2016): Experimentelle Organisationsentwicklung. Baden-Baden: Nomos. Beispielhafte Auswahl. Je nach Problemfall verschieden.

Modul		Betriebliches Rechnungswesen und Controlling
Modulnummer	5524	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Einführung betriebliches Rechnungswesen - Unit 2: Einführung Controlling 	
Semesterwochenstunden	4	
Lehr- und Lernformen	2 SWS Seminaristische Vorlesung 2 SWS Übungen	
ECTS-Leistungspunkte	5	
Arbeitsaufwand	125 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 56 Stunden - Selbststudium: 69 Stunden 	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Jana Eberlein	
Teilnahmevoraussetzungen	Die spezifischen Teilnahmevoraussetzungen der einzelnen Units werden in deren Beschreibungen dargestellt.	
Verwendbarkeit im Studienverlauf	<p>Dieses Modul befasst sich mit unternehmensrelevanten Querschnittsfragen des Rechnungswesens und Controllings, welche in zahlreichen weiteren Modulen des Studiengangs relevant sind. Die Kenntnis zur Vorteilhaftigkeit unterschiedlicher Alternativen ist für eine erfolgsorientierte Unternehmensführung unerlässlich (z.B. Personalauswahl, Investitionsentscheidungen, Rentabilitätseinschätzungen, betriebswirtschaftliche Einordnung von Markt- und Kundenanalysen usw.). Kosten- und Preiskalkulationen und ihre innewohnenden Aspekte zu möglichen Zahlungsmodalitäten sowie Rabatt- und Bonusverhandlungen mit der Kundschaft und Belegschaft bspw. im Vertrieb und Marketing als auch das Verständnis zu betriebswirtschaftlichen Kennzahlen sind für Absolventinnen und Absolventen wirtschaftspsychologischer Studiengänge unerlässlich.</p> <p>Der Zuschnitt der Themen ist exklusiv für diesen Studiengang konzipiert, sodass dieses Modul in dieser Form nicht für andere Studiengänge verwendet werden sollte.</p>	

Modul	Betriebliches Rechnungswesen und Controlling
<p>Kompetenzziele</p>	<p>Die Studierenden beherrschen die Methoden und Verfahren zur Durchführung der Kostenrechnung. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse, Kosten- und Erlösinformationen einzuschätzen, aufzuarbeiten und zu kommunizieren.</p> <p>Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse und Fertigkeiten zur Anwendung zeitgemäßer und praxisorientierter Controllinginstrumente sowohl für Plan- als auch Abrechnungszeiträume. Sie sind in der Lage, sachgerecht die relevanten Berechnungen nachzuvollziehen bzw. durchzuführen sowie die Arbeit mit Kennzahlen zu praktizieren und daraus Schlussfolgerungen zur Einschätzung des Unternehmens und nachhaltigen Unternehmenssteuerung abzuleiten und zu kommunizieren.</p> <p>Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation
<p>Prüfungs-/Studienleistung</p>	<p>Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unitebene erbracht und sind dort näher beschrieben. Sie gehen mit folgender Wichtung in die Modulnote ein:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: 50 % - Unit 2: 50 %

Unit 1	
Einführung betriebliches Rechnungswesen	
Unitnummer	5539
Prüfungsnummer	5539
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzungen: Einführung Unternehmensfinanzierung, Finanzbuchführung
Lehrinhalte	Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung Zentrale Größen und Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung Leistungs- und Erlösrechnung Kostenrechnung Deckungsbeitrags- und kurzfristige Betriebsergebnisrechnung
Kompetenzziele	<p>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.</p> <p>Die Studierenden kennen die Methoden zur Berechnung kalkulatorischer Kosten und die Möglichkeiten zum Aufbau einer Kostenartenrechnung. 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, aufzuarbeiten und zu kommunizieren, um diese in eine praxisorientierte Deckungsbeitrags- und Betriebserfolgsrechnung zu überführen und Möglichkeiten für eine Anwendung mithilfe bspw. von ERP-Systemen zu erkennen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	Coenenberg, A. G./ Fischer, Th. M./ Günther, Th.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Unit 1

Einführung betriebliches Rechnungswesen

Däumler, K.-D. / Grabe, J.: Kostenrechnung 1 und 2; aktuelle Auflage, Herne/ Berlin.

Eberlein, J.: Betriebliches Rechnungswesen und Controlling, aktuelle Auflage, München.

Friedl., G./ Hofmann, Ch./ Pedell, B.: Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung, aktuelle Auflage, München.

Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, aktuelle Auflage, Berlin/ Heidelberg.

Schmidt, A.: Kostenrechnung: Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Schweitzer, M. / Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, aktuelle Auflage, München.

Unit 2	
Einführung Controlling	
Unitnummer	5538
Prüfungsnummer	5538
Semesterwochenstunden	2
Lehr- und Lernformen	1 SWS Seminaristische Vorlesung 1 SWS Übungen
Sprache	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzungen: Einführung Unternehmensfinanzierung, Finanzbuchführung, Einführung betriebliches Rechnungswesen/ Kosten- und Leistungsrechnung
Lehrinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Controllingkonzeptionen und -systeme 2. Überblick über ausgewählte Instrumente des Controllings: Prozesskostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Budgetierung, Target Costing, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, Performance Measurement, Übersicht zu Tools des Nachhaltigkeitscontrollings
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse und Fertigkeiten zur Anwendung zeitgemäßer und praxisorientierter Controllinginstrumente sowohl für Plan- als auch Abrechnungszeiträume.</p> <p>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 und nachhaltigen Unternehmenssteuerung abzuleiten und zu kommunizieren.</p> <p>Darüber hinaus kennen die Studierenden maßgebliche operative und strategische Controllinginstrumente und können diese für eine zweckdienliche, kunden- und marktorientierte Unternehmenssteuerung qualifiziert anwenden.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation
Prüfungs-/Studienleistung	Die eingesetzte Prüfungsform ist die Klausurarbeit.
Basisliteratur	Coenenberg, A.G./Fischer, T. M., Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Unit 2

Einführung Controlling

Eberlein, J.: Betriebliches Rechnungswesen und Controlling, aktuelle Auflage, München.

Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, aktuelle Auflage, Berlin/ Heidelberg.

Graumann, M.: Controlling: Begriff, Elemente, Methoden und Schnittstellen, aktuelle Auflage, Herne.

Küpper, H.-U./ Friedl, G./Hofmann, C./Hofmann, Y.: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, aktuelle Auflage, München.

Schmidt, A.: Kostenrechnung: Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, aktuelle Auflage, Stuttgart.

Modul Bachelorabschlussprüfung	
Modulnummer	1930
Häufigkeit des Angebots	Winter- und Sommersemester
Dauer	1 Semester
Modulstruktur	Das Modul besteht aus folgenden Units: <ul style="list-style-type: none"> - Unit 1: Bachelorpraktikum - Unit 2: Bachelorarbeit - Unit 3: Kolloquium
Semesterwochenstunden	0
Lehr- und Lernformen	Praktische Tätigkeiten sowie selbständiges, wissenschaftliches Arbeiten
ECTS-Leistungspunkte	30
Arbeitsaufwand	750 Stunden <ul style="list-style-type: none"> - Präsenzzeit in Lehrveranstaltungen: 0 Stunden - Selbststudium: 750 Stunden
Modulverantwortung	Studiengangskoordination
Teilnahmevoraussetzungen	Für die Zulassung zu der Bachelorabschlussprüfung müssen die Studierenden entsprechend den Regelungen der Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge der Hochschule Harz in der jeweils geltenden Fassung Studienleistungen im Umfang von 120 ECTS-Leistungspunkten erreicht haben. Weiterhin muss ein Projektwochenschein im Umfang von 1 SWS nachgewiesen werden.
Kompetenzziele	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. Dieses Modul vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Modul	Bachelorabschlussprüfung
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungs-/Studienleistungen des Moduls werden auf Unit-ebene erbracht und sind dort näher beschrieben.

Unit 1		Bachelorpraktikum	
Unitnummer	1929		
Prüfungsnummer	1929		
Semesterwochenstunden	0		
Lehr- und Lernformen	Praktikum		
ECTS-Leistungspunkte	17		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	Es gelten dieselben Voraussetzungen wie für das Modul Bachelorabschlussprüfung.		
Lehrinhalte	<p>Das Bachelorpraktikum ist der erste verbindliche Bestandteil der Bachelorabschlussprüfung.</p> <p>Das Praktikum absolvieren die Studierenden in einem für das Berufsfeld einschlägigen Unternehmen im In- oder Ausland, wobei konkrete Tätigkeitsschwerpunkte der praktischen Tätigkeit variieren können. Die Lehrinhalte hängen deshalb stark von der gewählten Praxisstelle ab.</p> <p>Weitere Informationen zum Praktikum können der Praktikumsordnung des Fachbereich Wirtschaftswissenschaften entnommen oder bei dem/der Praxissemesterbeauftragten erfragt werden.</p>		
Kompetenzziele	<p>Das Bachelorpraktikum stellt eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis her. Die Studierenden lernen in einem Zeitraum von mindestens 12 Wochen, ihre Fähigkeiten zielgerichtet einzusetzen sowie wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden in der Praxis erfolgreich umzusetzen.</p> <p>Diese Unit vermittelt damit Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 		
Prüfungs-/Studienleistung	Als bestandene Prüfungsleistung gilt der schriftliche Tätigkeitsnachweis oder ein qualifiziertes Praktikumszeugnis der Praxisstelle.		
Basisliteratur	Die Literatur ergibt sich in Abhängigkeit vom gewählten Praktikum.		

Unit 2		Bachelorarbeit	
Unitnummer	8000		
Prüfungsnummer	8000		
Semesterwochenstunden	0		
Lehr- und Lernformen	Selbständiges, wissenschaftliches Arbeiten		
ECTS-Leistungspunkte	12		
Sprache	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen	Es gelten dieselben Voraussetzungen wie für das Modul Bachelorabschlussprüfung.		
Lehrinhalte	<p>Die Studierenden fertigen eine schriftliche Bachelorarbeit an.</p> <p>Das Thema der Bachelorarbeit wird von dem/der Erstprüfer:in (i.d.R. ein:e Professor:in des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz) nach Anhörung der Studierenden festgelegt.</p> <p>Während der Anfertigung der Arbeit werden die Studierenden von dem/der Erstprüfer:in betreut.</p>		
Kompetenzziele	<p>Mit der Erstellung der Bachelorarbeit stellen die Studierenden die Fähigkeit unter Beweis, innerhalb einer vorgegebenen Frist von 8 Wochen ein Problem aus ihrer Fachrichtung selbständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten und durch selbstgesteuertes, konstruktives und konzeptionelles Vorgehen individuelle Lösungsansätze zu entwickeln.</p> <p>Dabei integrieren die Studierenden bereits vorhandenes Wissen, erweitern dieses auf Basis umfassender Literaturrecherchen, leiten eigenständig relevante Forschungsfragen ab und operationalisieren diese in begründeter Weise.</p> <p>Ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten setzen sie zielgerichtet ein und wählen geeignete methodische Ansätze zur strukturierten Bearbeitung der Aufgabenstellung.</p> <p>Die Studierenden legen ihre Ergebnisse in nachvollziehbarer und überzeugender Weise entsprechend anerkannter und zeitgemäßer akademischer Standards für schriftliche wissenschaftliche Arbeiten dar. Für die Einhaltung formaler Kriterien sind die Anforderungen des betreuenden Hochschulprüfenden entscheidend.</p> <p>Mit der Bachelorarbeit werden Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau erlangt. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p>		

Unit 2	Bachelorarbeit
	<ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungsleistung ist das Verfassen der schriftlichen Bachelorarbeit.
Basisliteratur	<p>Für die Erstellung der Bachelorarbeit ist von den Studierenden eine eigenständige Recherche, Auswertung und Verarbeitung themenrelevanter, aktueller Literatur durchzuführen.</p> <p>Spezielle Literaturhinweise werden je nach gewählter Themenstellung nach Bedarf von den betreuenden Lehrenden bekannt gegeben.</p>

Unit 3		Kolloquium
Unitnummer	8010	
Prüfungsnummer	8010	
Semesterwochenstunden	0	
Lehr- und Lernformen	Selbständiges, wissenschaftliches Arbeiten	
ECTS-Leistungspunkte	1	
Sprache	Deutsch	
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Das Kolloquium kann erst dann durchgeführt werden, wenn alle anderen Module des Studiums entsprechend der Studienordnung bestanden sind.</p> <p>Das Bewertungsverfahren der schriftlichen Bachelorarbeit muss vor Beginn des Kolloquiums abgeschlossen sein.</p>	
Lehrinhalte	<p>Das Kolloquium ist der dritte Teil der Bachelorabschlussprüfung und findet grundsätzlich als letzte Prüfung des Studiums statt. Das Kolloquium ist öffentlich und beinhaltet eine von den Studierenden erarbeitete Präsentation der wesentlichen Thesen und Inhalte der Bachelorarbeit mit verbaler Darstellung.</p> <p>Im Anschluss folgt eine Verteidigung der Thesen und Inhalte durch die Studierenden. Das Kolloquium soll zwischen 30 und 45 Minuten dauern.</p>	
Kompetenzziele	<p>In dieser mündlichen Pflichtverteidigung zeigen und reflektieren die Studierenden abschließend ihre im Studium erworbenen Fähigkeiten, Qualifikationen und Kompetenzen sowie verdeutlichen ihre Eigenständigkeit und ihr Verständnis der Bachelorarbeit.</p> <p>Die Studierenden stellen final unter Beweis, dass sie fachliche Kompetenzen auf Bachelorniveau erlangt haben.</p> <p>Die Absolventinnen und Absolventen erläutern ihre wichtigsten Ergebnisse der Bachelorarbeit und reflektieren diese kritisch vor dem Hintergrund der gewählten Methoden.</p> <p>Sie präsentieren die Ergebnisse ihrer Bachelorarbeit anschaulich in einem Vortrag, diskutieren sie fach- und sachgerecht mit einem Fachpublikum und verteidigen sie überzeugend.</p> <p>Mit dem Kolloquium werden Kompetenzen auf Stufe 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) auf Bachelorniveau erlangt. Dies betrifft insbesondere folgende Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen und Verstehen - Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen - Kommunikation und Kooperation - Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität 	

Unit 3	Kolloquium
Prüfungs-/Studienleistung	Die Prüfungsleistung ist die mündliche Verteidigung der Masterarbeit.
Basisliteratur	Die seitens der Studierenden eingesetzte Literatur ergibt sich in Abhängigkeit vom Thema und den Bearbeitungsmethoden der Bachelorarbeit. Spezielle Literaturhinweise werden je nach gewählter Themenstellung nach Bedarf von den betreuenden Lehrenden bekannt gegeben.