



Hochschule für
Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Modulhandbuch Wirtschaftspsychologie

Version ab SPO WiSe 18/19

20.05.2022

Inhalt

I.1 Grundlagen der BWL I.....	5
I.2 Grundlagen der BWL II.....	10
I.3 Allgemeine Psychologie.....	13
I.4 Recht für Wirtschaftspsychologen I	17
I.5 Quantitative Methoden	23
I.6 Schlüsselqualifikationen	27
II.1 Grundlagen der BWL III.....	31
II.2 Recht für Wirtschaftspsychologen II	37
II.3 Statistik & computergestützte Datenauswertung.....	41
II.4 Einführung in die Wirtschaftspsychologie	45
II.5 Methodenlehre I	48
II.6 Methodenkompetenz I	51
III.1 Grundlagen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie	54
III.2 Sozialpsychologie.....	57
III.3 Methodenlehre II.....	60
III.4 Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie.....	63
III.5 Mikroökonomie	66
III.6 Methodenkompetenz II	69
IV.1 Testtheorie	72
IV.2 Differentielle Psychologie	75
IV.3 Management und Controlling	78
IV.4 Projektmanagement	82
IV.5 Wirtschaftspsychologie.....	85
IV.6 Methodenkompetenz III.....	88
V.1 Praktisches Studiensemester	92
V.2 Theoretische Arbeit im praktischen Studiensemester	94
VI.1 Personalpsychologie und -diagnostik	96
VI.2 Psychologie der Führung	99
VI.3 Organisationspsychologie	102
VI.4 Change Management.....	105
VI.5 Markt- und Werbepsychologie I.....	108
VI.6 Markt- und Werbepsychologie II.....	111
VII.2 Integrative Gesamtschau	114

Kompetenzorientierung als didaktisches Prinzip an der HfWU

Kompetenzorientierung auf Hochschulebene

Die HfWU verfolgt das Ziel, ausgerichtet an ihrem Profil „Wirtschaft und Umwelt“ ein Spektrum an qualitativ hochstehenden, sowohl wissenschaftlich orientierten als auch praxisbezogenen Bachelor- und Masterstudiengängen anzubieten. Den Studierenden soll ermöglicht werden, ihre fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen so zu erweitern, dass sie mit erfolgreichem HfWU-Abschluss die Handlungskompetenz erlangen, die notwendig ist, um einerseits den Herausforderungen der Arbeitswelt auf Führungsebene gewachsen zu sein und andererseits die akademische Laufbahn fortsetzen zu können.

Unter *Handlungskompetenz* verstehen wir die Fähigkeit einer Person, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht, reflektiert sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten. Handlungskompetenz setzt sich zusammen aus Fachkompetenz, Systemkompetenz, Selbstkompetenz und Sozialkompetenz.

Um sowohl die Studiengangleitungen als auch die Lehrenden dabei zu unterstützen, einerseits die in den einzelnen Lehrveranstaltungen jeweils angestrebten Qualifikationen explizit zu formulieren und andererseits ihre Lehrveranstaltung besser in das konzeptionelle Gesamtgefüge des Studiengangs einbinden zu können, wurde im Rahmen des Qualitätsmanagements im Qualitätszirkel Lehre eine Matrix der Qualifikationsziele für Bachelor- und Masterstudiengänge entwickelt.

In den Spalten der Matrix sind die unterschiedlichen Qualifikationsstufen dargestellt. Der Übergang insbesondere zwischen den für den Bachelor- bzw. Masterabschluss festgelegten Qualifikationsstufen ist fließend. Die Formulierungen sind so gewählt, dass sie den im Europäischen Qualifikationsrahmen (EQR) definierten Niveaus 6 (Bachelor) und 7 (Master) entsprechen.

In den Zeilen der Matrix sind die Bereiche, in denen die Qualifikation erlangt werden soll: Fachkompetenz, Systemkompetenz, Selbstkompetenz und Sozialkompetenz.

- Als *Fachkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit einer Person, sich fachliches und methodisches Wissen anzueignen, dieses situationsgerecht anzuwenden und zielführend fortzuentwickeln.

- Als *Systemkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit einer Person, Interdependenzen zwischen Themengebieten zu erkennen und zu verstehen sowie darauf aufbauend in der Lage zu sein, sich erfolgreich in komplexen Systemen zu bewegen bzw. diese zu steuern.

- Als *Selbstkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit und Bereitschaft einer Person, selbstkritisch eigene Verhaltensweisen zu reflektieren und ggf. zu verändern.

- Als *Sozialkompetenz* bezeichnen wir die Fähigkeit und Bereitschaft einer Person, sich als Teil eines sozialen Systems mit Anderen verantwortungsbewusst auseinander zu setzen und zu verständigen und dabei gemeinsame Ziele zu erreichen.

Die Kompetenzorientierung auf Basis der Matrix der Qualifikationsziele beschränkt sich an der HfWU nicht allein auf die integrierte Förderung fachlicher und überfachlicher Kompetenzen, sondern umfasst auch die Bereiche

- Gestaltung kompetenzförderlicher Lernumgebungen
- Personalauswahl und -entwicklung
- Gestaltung von Rahmenbedingungen, die selbstgesteuertes Lernen ermöglichen.

Matrix der Qualifikationsziele für Bachelor- und Masterabsolvent/innen

Qualifikationsstufen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen Bachelor ¹	Kompetenzen Master ²
Qualifikationsbereiche				
Wissen über Inhalte und Methoden im Fach	kennen / verstehen	anwenden auf Fragestellungen in Theorie und Praxis (unter Anleitung)	übertragen auf neuartige Fragestellungen in Theorie und Praxis (eigenständig) Wissen aus verschiedenen Bereichen integrieren sich neues Wissen und Können erarbeiten	anwenden in neuen und unvertrauten Situationen, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit dem Studienfach stehen, neue Verfahren entwickeln kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens in einem oder mehreren Spezialbereichen spezialisierte Problemlösungsfertigkeiten im Bereich Forschung und/oder Innovation.
Wissen über Systeme	kennen / verstehen	anwenden auf komplexe Systeme in Theorie und Praxis (unter Anleitung)	übertragen auf unbekannte Systeme in Theorie und Praxis (eigenständig)	wissenschaftlich fundierte Entscheidungen fällen auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigen, die sich aus der Anwendung des Wissens und aus den eigenen Entscheidungen ergeben
Wissen über Selbststeuerung	kennen / verstehen	anwenden auf eigenes Verhalten (unter Anleitung)	Einstellungen und Verhaltensweisen ändern	Leitung und Gestaltung komplexer, unvorhersehbarer Arbeits- oder Lernkontexte, die neue strategische Ansätze erfordern
Wissen über soziale Prozesse	kennen / verstehen	anwenden auf alltägliche soziale Situationen (unter Anleitung)	Andere anleiten Verantwortung für die Gruppe übernehmen	Übernahme von Verantwortung für Beiträge zum Fachwissen und zur Berufspraxis und/oder für die Überprüfung der strategischen Leistung von Teams
Σ = Handlungskompetenz				

¹ Minimalanforderung Niveaustufe 6 des EQR

² Minimalanforderung Niveaustufe 7 des EQR

Kompetenzorientierung auf der Ebene der Studiengänge und Lehrveranstaltungen

Qualifikationsziele beschreiben die Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen, welche die Studierenden nach einer abgeschlossenen Lerneinheit erworben haben sollen. Eine Lerneinheit kann das gesamte Studienprogramm, ein Modul oder eine einzelne Lehrveranstaltung umfassen. Die Qualifikationsziele der jeweiligen Lerneinheiten unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Reichweite und dem Grad ihrer Konkretisierung.

Studienziele beschreiben die Kompetenzen, welche die Absolvent/innen eines Studiengangs für den erfolgreichen Einstieg in den Beruf (Berufsbefähigung) oder für ein weiterführendes Studium benötigen. Sie werden aus den Anforderungen in den angestrebten Berufsfeldern abgeleitet und in Studiengangprofilen akzentuiert. Die Studienziele sind umfassend und werden aus allen vier Kompetenzbereichen der Matrix der Qualifikationsziele gebildet.

Studienziele sind eher allgemein und global formuliert und bilden die Basis für die Entwicklung der Curricula. Um sie auf der Ebene des Lehrens und Lernens realisierbar zu machen, müssen sie in Qualifikationsziele für die einzelnen Module zerlegt werden.

Modulziele sind die erste Konkretisierung der Studienziele. Sie geben an, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen die Studierenden in den verschiedenen Qualifikationsbereichen erwerben können. Da ein Modul sich in der Regel aus mehreren Lehrveranstaltungen zusammensetzt, sind die Modulziele zwar fachspezifisch formuliert, jedoch immer noch auf einer allgemeineren Ebene angesiedelt.

Angestrebte Lernergebnisse schließlich operationalisieren die Qualifikationsziele für einzelne Lehrveranstaltungen. Was sollen die Studierenden konkret tun können, sodass wir als Lehrende feststellen können, dass sie das Qualifikationsziel erreicht haben?

Bei der Formulierung der Qualifikationsziele ist die geplante Prüfungsmethode bereits zu berücksichtigen.

Die angestrebten Lernergebnisse im Vorfeld festzulegen und zu beschreiben, ist entscheidend für die Planung von Lehre insgesamt sowie für die Planung der Inhalte, der Methoden, der Sozialformen, der Aufgaben und der Lernerfolgskriterien. Denn entsprechend dem angestrebten Niveau des Qualifikationsziels – Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen – sind jeweils andere Lernprozesse von den Lernenden zu leisten und von den Lehrenden anzuregen und zu begleiten.

Der Aufbau von Handlungskompetenz erstreckt sich über den gesamten Studienverlauf, indem jedes Modul und jede einzelne Lehrveranstaltung ihren Beitrag zum Erreichen der Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen leistet. Durch das systematische Abstimmen der Module auf die Studienziele, der einzelnen Lehrveranstaltungen auf die Modulziele und untereinander stellen die Studiengänge sicher, dass die angestrebten Studienziele von den Absolvent/innen erreicht werden können.

Weil Kompetenzen auf Fertigkeiten und diese auf Kenntnissen aufbauen, überwiegt zu Beginn des Studiums eine stärker inhaltsorientierte, auf den Aufbau von Wissen ausgerichtete Lehre. Sie verändert sich im Verlauf des Studiums mehr und mehr zu einer Form des Miteinander-Lehrens-und-Lernens, bis hin zur auf Kompetenzentwicklung ausgerichteten selbständigen Problembearbeitung durch die Studierenden.

Kompetenzorientierung auf der Ebene des Lernens

Sind die Studienziele transparent, so können die Studierenden die Bedeutung der einzelnen Lehrinhalte im Gesamtzusammenhang des Studiums besser erkennen und gelangen damit zu einer höheren Identifikation mit dem Studiengang und einer höheren Akzeptanz der fachlichen und überfachlichen Anforderungen.

Die Ausrichtung jeder Lerneinheit an Qualifikationszielen erleichtert den Studierenden ein zielführendes Lernen und Arbeiten, ermöglicht ihnen, adäquate Lernprozesse zu aktivieren, den Lernfortschritt kontinuierlich zu verfolgen und die eigenen Lernerfolge zu erkennen. Das dem Prinzip der Handlungssteuerung folgende Lernen erhöht die Motivation der Lernenden einerseits durch die Zielorientierung, andererseits erlaubt es das Erleben von Selbstwirksamkeit und Kompetenz.

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-001	I.1 Grundlagen der BWL I

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschreiben und Erklären der betriebswirtschaftlichen Grundlagen, verstehen der Zusammenhänge zwischen den einzelnen Funktionen sowie Anwendung insbesondere im Dienstleistungsumfeld. Wissen, was Wirtschaften in Unternehmen insb. in Dienstleistungsunternehmen heute bedeutet • Können notwendige Entscheidungen der Unternehmenssteuerung begründen • Können alternative wirtschaftliche Entscheidungsmöglichkeiten vergleichend bewerten <p>Auf der Basis fundierter Grundkenntnisse aus dem Bereich Marketing können die Studierenden wesentliche Wissensgrundlagen (Methoden, Konzepte, Verfahren und theoretische Hintergründe) aus den o.g. Entscheidungsfeldern beschreiben und sie mit wissenschaftlich präziser Terminologie wiedergeben. Zentraler Schwerpunkt sind angeleitete Transferleistungen der o.g. Kenntnissfelder auf Aspekte der realen Umwelt wie auch das Erkennen und Lösen von Problemen aus dem Bereich Marketing. Diese Grundlage befähigt die Studierenden die erlernten Methoden, Verfahren und Theorien eigenständig auf unbekannte Fragestellungen und Systeme zu übertragen. Die Studierenden können mithin Zusammenhänge erkennen und Schlüsse auf das eigene wie auch das Handeln der Teammitglieder ziehen.</p>
<p>Inhalte</p> <p>In diesem Modul werden die ersten Grundkenntnisse der BWL vermittelt. Im Überblick werden die Studierenden an die Betriebswirtschaftslehre herangeführt. Außerdem erlernen die Studierenden die Grundlagen im Marketing.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten zur Aktivierung vorhandenen Wissens (z.B. Placemate), begleitetes Selbststudium, Fallstudien dienen zum Anwenden und Üben des Gelernten</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Keine Vorkenntnisse erforderlich
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen Vorlesungen angegeben ist

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Nachgelagerte Module: Grundlagen der BWL II/III/IV
Einsatz in anderen Studiengängen	Grundlagen der BWL , Einführung Marketing

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Im Rahmen der Vorlesung „Einführung in die BWL“ werden die Grundlagen nachhaltigen Managements eingeführt.
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. rer. pol. Reiher		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42,5 Std./ 34 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 37,5 Std./ 30 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.1.1	Einführung in die BWL
I.1.2	Marketing 1

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Einführung in die BWL
-----------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst	x		
Sozial	x		

<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundfragen – insbesondere auch von Dienstleistungsunternehmen • Gegenstand und Methoden der Betriebswirtschaftslehre • Wissenschaftsprogramme der Betriebswirtschaftslehre • Rahmenbedingungen des Wirtschaftens • Entscheidungen des Unternehmens • Führung • Planung und Steuerung • Organisation • Information • Rechnungswesen • Leistungsprozess • Gestaltung von Dienstleistungsprozessen • Beschaffung und Logistik • Marketing • Investition und Finanzierung • Personalwirtschaft • Steuerung und Gestaltung von Dienstleistungstransaktionen
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung</p>
<p>Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)</p> <p>Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <p>Bea, F. X. et al. [Hrsg.] Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bd .1–3, Stuttgart Bitz, M. et al. [Hrsg.]: Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, Bd. 1–2 München Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München (jew. aktuellste Auflage)</p>
<p>Besonderes</p>

Organisation

ECTS-Punkte 2	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
<p>Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:</p>				
<p>Präsenz 22,5 Stunden / 45%</p>		<p>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 14 Stunden / 28%</p>		<p>Aufgaben/Gruppenarbeit 13,5 Stunden / 27%</p>

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Marketing 1
----------------------	---

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden können Konzepte und Methoden des Marketing-Bereichs skizzieren (Kenntnisse). Die erlernten Kenntnisse über Methoden und Verfahren können unter Anleitung auf Problemstellungen von Wirtschaftsunternehmen übertragen werden (z.B. SWOT, Scoring) (Fertigkeiten).</p>			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System			
Selbst			
Sozial		x	
<p>Lerninhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Philosophie des Marketing 2. Marktpolitisches Instrumentarium <ul style="list-style-type: none"> - Produktpolitik - Konditionenpolitik - Distributionspolitik - Kommunikationspolitik - „Service 4P“ 3. Optimale Gestaltung des Marketing-Mix 4. Marktsegmentierung und Zielgruppenmarketing 5. Positionierung im Markt 6. Aufbau von Kundenzufriedenheit insb. Im Dienstleistungsbereich 7. Übertragung des Marketing auf den Gesundheitsbereich und die öffentliche Verwaltung 			
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Fallstudien, Vorträge, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten (angeleitet)</p>			
<p>Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)</p> <p>Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Fallbeispiele, Methoden der Wissensaktivierung (z.B. Place-mate, Blitzlichter), Cluster, Mind Mapping, Brainstorming</p>			
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <p>Kotler, P., Keller, K.L., Bliemel, F.: Marketing-Management, München 2007</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V.: Grundlagen des Marketing, 3. Aufl., München 2003</p> <p>Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M.: Marketing, Wiesbaden 2007</p> <p>Nieschlag, R., Dichtl, E., Hörschgen, H.: Marketing, Berlin 2002</p> <p>Scheuch, F.: Dienstleistungsmarketing, 2. Aufl., München 2002</p> <p>Weis, H.-Chr.: Marketing, 14. Aufl., Ludwigshafen 2007</p>			

Organisation

ECTS-Punkte 3	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 1	Sprache Deutsch
Workload 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Stunden / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Stunden / 30%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-002	I.2 Grundlagen der BWL II

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden erlangen fundierte Kenntnisse zu methodischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Grundlagen der Buchhaltung. Zugleich lernen sie die Grundsystematik doppelter Buchhaltung kennen. Die Studierenden kennen sich in Einzelfragen der kaufmännischen Buchführung aus und können Lösungen für die Verbuchung von Geschäftsvorfällen erarbeiten. Die Studierenden erlangen erste Kenntnisse zur Erstellung eines Jahresabschlusses. Die Studierenden erkennen die Systemzusammenhänge des Rechnungswesens und können die Bedeutung eines Jahresabschlusses im Gesamtsystem des Rechnungswesens einordnen.
Inhalte Mit der Vorlesung Buchhaltung werden die ersten Schritte in Richtung „Rechnungswesen eines Unternehmens“ unternommen.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung, Diskussionen, Übungen, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in der Vorlesung angegeben ist

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Ergänzend zu Grundlagen der BWL I und III
Einsatz in anderen Studiengängen	Grundlagen der Buchführung

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. rer. pol. Scheurer		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 3
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 33,75 Stunden / 27%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 57,5 Stunden / 46%	Aufgaben/Gruppenarbeit 33,75 Stunden / 27%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.2.1	Buchführung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Buchführung
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	x
Selbst			
Sozial	x	x	
Inhalte			
1. Grundlagen und Bedeutung der Buchführung 1.1 Aufgaben der Buchführung 1.2 Rechtsgrundlagen der Buchführung 1.3 Ordnungsmäßigkeit der Buchführung 2. Inventur, Inventar, Bilanz 3. Buchen auf Bestandskonten 4. Buchen auf Erfolgskonten 5. Buchen ausgewählter Geschäftsvorfälle Behandelt wird die (Finanz-)Buchführung im Sinne der kaufmännischen doppelten Buchführung: <ul style="list-style-type: none"> • Buchen ausgewählter Geschäftsvorfälle • Buchen mit Finanzbuchhaltungsprogrammen • Grundlagen des Jahresabschlusses 			

- Buchungen zur Vorbereitung des Jahresabschlusses
- Jahresabschlussbuchungen
- Jahresabschluss von Personen- und Kapitalgesellschaften

In der Vorlesung Buchhaltung 2 liegt der Schwerpunkt in der Erstellung und Analyse periodischer Abschlüsse für Personen- und Kapitalgesellschaften. (Bilanz, GuV und ggf. ergänzender Berichte).

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung, Vorlesung mit Übung

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.; Meyer, L.: Buchführung 1 DATEV-Kontenrahmen 2012: Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe, 24. Aufl., Wiesbaden 2012

Coenenberg, A.G.; Haller, A.; Mattner, G.; Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, HGB und internationale Standards, Einzel- und Konzernabschluss, 4., überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 2012

Schmolke/Deitermann, bearb. von Deitermann, M./Schmolke, S./Rückwart, W.-D.: Industrielles Rechnungswesen - IKR. Finanzbuchhaltung, Analyse und Kritik des Jahresabschlusses, Kosten- und Leistungsrechnung. Einführung und Praxis, 40. Aufl., Braunschweig 2011

Wöhe, G.; Kussmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. 7. Auflage, München, 2010

Außerdem: einschlägige Gesetzestexte – insbes. Handelsgesetzbuch (HGB), Aktiengesetz (AktG), Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHG), Einkommensteuergesetz (EStG) – in der jeweils aktuellen Fassung.

In der Vorlesung werden Arbeitsunterlagen (ausführliche Gliederung, Literaturhinweise, Fallstudien etc.) ausgegeben.

Besonderes

Tutorium

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	3	Nein	1	Deutsch
Workload:				
5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
33,75 Stunden / 27%	57,5 Stunden / 46%		33,75 Stunden / 27%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-003	I.3 Allgemeine Psychologie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden kennen den Gegenstand, Theorien und methodische Konzepte der Allgemeinen Psychologie.</p> <p>Sie sind in der Lage, die auf die Formulierung allgemeiner Gesetzmäßigkeiten menschlichen Erlebens und Verhaltens abzielenden psychologischen Ansätze einzuordnen.</p> <p>Sie können dies aus einer pluralistischen Perspektive tun.</p> <p>Sie wissen, worin menschliche Verhaltensplastizität aus biologischer und physiologischer Sicht begründet ist. Sie besitzen eine Übersicht über die methodischen Herangehensweisen psychologischer Forschung.</p> <p>Sie haben ausgewählte klassische und aktuelle Befunde kennengelernt, um einen Einblick in den Beitrag psychologischer Erkenntnisse zu allgemeinspsychologischen Fragestellungen sowie zur Entwicklungs-, Persönlichkeits- und Sozialpsychologie zu besitzen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Psychologie als empirische Wissenschaft / Denkweisen und Konzepte / Disziplinen der Psychologie • Wahrnehmung • Lernen und Gedächtnis • Emotion • Motivation
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung mit praktischen Übungen, Präsentationen, kooperatives Lernen, Selbststudium</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	keine Vorbereitung nötig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für alle weiteren psychologischen Module
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.3.1	Allgemeine Psychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Allgemeine Psychologie
-----------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst	x	x	
Sozial	x	x	
Lerninhalte: Die Studierenden sind in der Lage:			

Fach:

- theoretische Grundlagen, Modelle und Forschungsergebnisse der Allgemeinen Psychologie selbständig zu erarbeiten, zu verstehen, zu beschreiben und zu interpretieren.
- die Erkenntnisse aus dem Bereich Wahrnehmung und Gedächtnis analytisch auf entsprechende Alltagssituationen anwenden.
- die Phänomene Motivation und Emotion im studentischen Kontext zu analysieren und deren Einfluss auf Leistung zu beurteilen.

Selbst:

- eigene Verhaltenstendenzen und -gewohnheiten zu erklären und ggf. zu verändern.

Sozial:

- gemeinsam in wechselnden Kleingruppen ein fachliches Thema grundständig zu erarbeiten, zu präsentieren und Fragen des Publikums fachgerecht zu beantworten.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)**Einführung in die Psychologie als empirische Wissenschaft**

- Geschichte der Psychologie, Ziele, Denkweisen und Konzepte
- Von der Fragestellung zur Theoriebildung: Methoden der Versuchsplanung und Datenerhebung, Gütekriterien

Wahrnehmung und Aufmerksamkeit

- Grundlagen der Biopsychologie und der Sinnesphysiologie
- Theorien der Wahrnehmung
- Aufmerksamkeit und Bewusstsein

Lernen und Gedächtnis

- Acht verschiedene Lerntheorien, unterschiedliche Gedächtnisse

Motivation

- Unterschiedliche Ansätze, kognitive Modelle, Steuerungsfaktoren

Emotion

- Physiologische Ebene: Emotion und Motivation, Kognitive Ebene; Emotion und Kognition
- Aggression, Angst, Stress

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Interaktive Vorlesung

Literatur/Lehrmaterial

Becker-Carus, Christian; Wendt Mike (2017): Allgemeine Psychologie: Eine Einführung. Springer Lehrbuch

Betsch, Tilmann; Funke, Joachim; Plessner, Henning (2011): Denken – Urteilen, Entscheiden, Problemlosen. Allgemeine Psychologie für Bachelor. Springer

Brandstätter, Veronika; Schüler, Julia; Puca, Rosa Maria; Lozo, Ljubica (2018): Motivation und Emotion. Allgemeine Psychologie für Bachelor

Hagendorf, Herbert; Krummenacher; Joseph; Müller, Hermann-Josef; Schubert, Torsten (2011): Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. Allgemeine Psychologie für Bachelor. Springer

Hoffmann, Joachim; Engelkamp, Johannes (2017): Lern- und Gedächtnispsychologie Springer

Müsseler, Jochen; Rieger, Martina (Hrsg.)(2017): Allgemeine Psychologie. Springer

Rothermund, Klaus; Eder, Andreas (2011): Allgemeine Psychologie: Motivation und Emotion
VS Verlag

Besonderes

-

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 4	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%		Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-004	I.4 Recht für Wirtschaftspsychologen I

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Kenntnisse des Allgemeinen Teils des BGB dienen als Grundlage für die weiteren Veranstaltungen im Zivilrecht.

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Handels- und Schuldrechts. Sie kennen die Besonderheiten beider Rechtsgebiete als speziellem Teil des allgemeinen (Wirtschafts-) Privatrechts. Sie verstehen die Regelungsbereiche im Gesamtkontext des Zivilrechts und in seiner Relevanz für den privaten Wirtschaftsverkehr.

Die Studierenden können einfache Sachverhalte und Fälle in den Rechtsgebieten selbstständig lösen. Sie beherrschen die Berücksichtigung der handelsrechtlichen Besonderheiten bei Anspruchsaufbau und die Anspruchsprüfung. Sie erkennen ausgewählte komplexere Problemstellungen und können dafür Lösungsansätze entwickeln.

Inhalte

In der Vorlesung und den Übungen werden zunächst der Begriff des Rechts und die Stellung der einzelnen Rechtsgebiete erläutert. Dargestellt wird ferner die juristische Methodik an Hand von Beispielen. Erläutert werden die einzelnen Bereiche des Allgemeinen Teils des BGB, u.a. die Rechtsgeschäftslehre, die Bestimmungen über die Geschäftsfähigkeit, die Willensmängel oder die Prinzipien der Stellvertretung. Ergänzt und vertieft wird das Gelernte an Hand von Fällen.

Handelsrecht (Handelsstand und Handelsgeschäfte)

Schuldrecht

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Die Vermittlung der Kompetenzen erfolgt in Veranstaltungen, die sich im Rahmen der Lehrfreiheit des Art. 5 Abs. 3 GG halten.

Vorlesung, Tutorium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Gutes Sprachverständnis, gute Lese- und Rechtschreibkenntnisse; Grundkenntnisse im Zivilrecht
Vorbereitung für das Modul	Eine Vorbereitung ist nicht notwendig.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Recht II Recht III
Einsatz in anderen Studiengängen	Einsatz möglich

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. rer. pol. Blumenstock		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 6
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 67,5 Std. / 54%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 28,5 Std. / 23%	Aufgaben/Gruppenarbeit 28,5 Std. / 23%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.4.1	Einführung in das Recht, BGB Allgemeiner Teil
I.4.2	Schuldrecht
I.4.3	Handelsrecht

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
I.4.1	Einführung in das Recht, BGB Allgemeiner Teil

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst	x	x	
Sozial	x	x	
Inhalte Die Veranstaltung soll den Studierenden die Basis des Bürgerlichen Rechts vermitteln und den Studierenden einen vertieften Einblick in die Strukturen und die Funktionsweise dieses			

Rechtsbereichs geben. Sie sollen die Fertigkeiten erwerben, das Gelernte auf neue Sachverhalte anzuwenden und gegenüber Dritten zu vertreten.

Inhalte sind:

- Grundzüge und Wesen des Rechts / Rechtssubjekte / Rechtsobjekte / Rechtsgeschäftslehre
- Sachen / Zubehör / Bestandteile
- Willenserklärungen (Abgabe, Zugang, Auslegung, Widerruf)
- Form / Inhaltliche Schranken von Rechtsgeschäften
- Vertragsschluss (Bedingung, Befristung, Einbeziehung von AGB)
- Anfechtung von Willenserklärungen
- Geschäftsfähigkeit / Deliktsfähigkeit
- Vertretungsrecht
- Verjährung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Die Lehr- und Lernmethoden halten sich im Rahmen des Art. 5 Abs. 3 GG

Literatur/Lehrmaterial

Eine Literaturliste wird zu Beginn der Veranstaltung ausgeteilt.

Besonderes

Ein Tutorium wird bei Bedarf angeboten.

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	Nein	1	Deutsch
Workload:				
2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
22,5 Stunden / 45%	11 Stunden / 22%		16,5 Stunden / 33%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
I.4.2	Schuldrecht

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst			
Sozial			

Inhalte

Unter Schuldrecht versteht man einen Teil des Zivilrechts, welcher die wechselseitigen Rechte und Pflichten betrifft. Zum 1. Januar 2002 hat das Schuldrecht eine umfangreiche Veränderung durch die so genannte Schuldrechtsmodernisierung erfahren. Wichtigste Inhalte der Schuldrechtsmodernisierung waren die Umsetzung von EG-Richtlinien, die Einführung eines einheitlichen Begriffs der Pflichtverletzung, die Integration bestimmter richterrechtlich entwickelter Rechtsinstitute und die Reform des Verjährungsrechts

- Verhältnis Gläubiger und Schuldner
- Vertragliche Schuldverhältnisse
- Gesetzliche Schuldverhältnisse
- Haftung, Schadensersatz, Mängelhaftung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Fallübungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

z.B. Vortrag, Diskussionen, Übungen; Die Lehr- und Lernmethoden halten sich im Rahmen des Art. 5 Abs. 3 GG

Literatur/Lehrmaterial

- Dirk Looschelders: Schuldrecht Allgemeiner Teil. Franz Vahlen Verlag, München 2011
- Dirk Looschelders: Schuldrecht Besonderer Teil. Franz Vahlen Verlag, München 2011.
- Dieter Medicus/Stephan Lorenz: Schuldrecht I. Allgemeiner Teil. 18. Auflage. C.H. Beck, München 2008
- Dieter Medicus: Schuldrecht II. Besonderer Teil. C.H. Beck, München 2007

Besonderes

Es wird bedarfsorientiert ein Tutorium angeboten

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	Nein	1	Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 11 Stunden / 22%		Aufgaben/Gruppenarbeit 16,5 Stunden / 33%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
I.4.3	Handelsrecht

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden kennen die grundlegenden Institute des Handelsstands (Kaufmannseigenschaft, Firma, handelsrechtliche Vertretung, Handelsregister) und der Handelsgeschäfte. Sie kennen die Besonderheiten des Handelsrechts als spezieller Teil des allgemeinen (Wirtschafts-)Privatrechts. Sie verstehen das Handelsrecht im Gesamtkontext des Zivilrechts und in seiner Relevanz für den privaten Wirtschaftsverkehr.

Die Studierenden können einfache Sachverhalte und Fälle im Rechtsgebiet selbständig lösen. Sie beherrschen die Berücksichtigung der handelsrechtlichen Besonderheiten bei Anspruchsaufbau und die Anspruchsprüfung. Sie erkennen ausgewählte komplexere Problemstellungen (Scheinkaufmann, handelsregisterrechtliche Rechtsscheinstatbestände, Prokura, Gewährleistungsprobleme beim Handelskauf) und können dafür Lösungsansätze entwickeln.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	x
Selbst		x	
Sozial			

Inhalte

Die Vorlesung gibt einen vertieften Einblick in das Recht des Handelsstands und der Handelsgeschäfte. Daneben werden anhand von aktuellen Fällen aus der Rechtsprechung auch Vorschriften aus dem Bereich des Wettbewerbs- und Verbraucherschutzrechts sowie des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen behandelt, die für unternehmerische

Aktivitäten der Kaufleute von besonderer Relevanz sind.

1. Handelsgesetzbuch (HGB) im Überblick
2. Gegenstand und Zweck des Handelsrechts
3. Rechtsquellen des Handelsrechts
4. Bedeutung von AGB im kaufmännischen Rechtsverkehr
5. Kaufmannsbegriff
6. Handelsgeschäfte (Begriff/Zustandekommen)
7. Handelskauf
8. Kommissionsgeschäft
9. Handelsgeschäfte und Sachenrecht
10. Kontokorrent
11. Firmenbildung (Grundsätze) und Schutz der Firma
12. Inhaberwechsel und Firmenfortführung
13. Handelsrechtliche Vertretungsregeln
14. Selbständige Hilfspersonen des Kaufmanns
15. Handelsregister und Rechtsscheintatbestände

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit begleitendem Tutorium (bei Bedarf)

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung mit Diskussion, Gruppenarbeit, seminaristisches Tutorium (bei Bedarf)

Literatur/Lehrmaterial

Vorlesungsbegleitendes Skript mit Fällen
 E. Klunzinger, Grundzüge des Handelsrechts
 Alpmann Schmidt, Handelsrecht
 D. Steck, Handelsrecht
 T. Enders/M. Hesse, Gesellschafts- und Handelsrecht

H. Oetker, Handelsrecht
 R. Wörlen, Handelsrecht
 G. Roth, Handelsrecht
 (jeweils neueste Auflage)

Besonderes

Es wird ein Tutorium angeboten (bei Bedarf)

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
1	2	Nein	1	Deutsch
Workload:				
1 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
22,5 Stunden / 90%	2,5 Stunden / 10%		0 Stunden / 0%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-005	I.5 Quantitative Methoden

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) <ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden erlernen fundierte Kenntnisse in den Bereichen Wirtschaftsmathematik und -statistik.• Die Studierenden können statistische Rechenverfahren anwenden.• Die Studierenden wissen, welche statistischen Methoden für die Marktforschung eingesetzt werden können• Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Marktforschungsmethoden auszuwerten
Inhalte Statistische Verfahren kennenlernen; Erzeugen von Stichproben, Finanzmathematik, Optimierungsrechnung
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Übung, Gruppenarbeiten, Fallstudien

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Grundlegende Mathematische Fähigkeiten, die in der Schule vermittelt wurden
Vorbereitung für das Modul	Manuskript, Aufgabensammlung und auf einer vorbereiteten Internetseite weiteres Lernmaterial.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Statistische Erhebungen während des Studiums in anderen Fachgebieten.
Einsatz in anderen Studiengängen	möglich

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Verbesserung der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. rer. pol. Reiher

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 50 Std. / 40%	Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Std. / 24%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.5.1	Statistik
I.5.2	Finanzmathematik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Statistik
-----------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	
Selbst	x	x	x
Sozial			
Inhalte			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen 2. Eindimensionale empirische Verteilungen 3. Mehrdimensionale empirische Verteilungen 4. Wahrscheinlichkeitsrechnung 5. Ausgewählte diskrete und stetige Verteilungen 6. Marktforschung in der praktischen Anwendung 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung mit Übungen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Manuskript und Aufgabensammlung			
Literatur/Lehrmaterial			

Assenmacher, W.: Deskriptive Statistik, Springer Bamberg, G., Bauer, F., Krapp, M.: Statistik, München Bol, G.: Deskriptive Statistik, München Mayer, H.: Beschreibende Statistik, München Monka, M., Voß, W.: Statistik am PC – Lösungen mit Excel, München Vogel, F.: Beschreibende und schließende Statistik, München (jew. Neueste Auflage) Auf einer vorbereiteten Internetseite weiteres Lernmaterial.
Besonderes Bedarfsorientiertes Tutorium

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
3	2	Nein	1	Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 30 Stunden / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Stunden / 30%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
I.5.2	Finanzmathematik

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden kennen unterschiedliche Methoden, Konzepte und Verfahren der Finanzmathematik (Kenntnisse). Auf der Basis der erlernten Kenntnisse können die vermittelten Methoden auf praxisrelevante Fragestellungen sachgerecht angewandt werden (Fertigkeiten).			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte Vermittelt werden wesentliche Methoden und Verfahren der Wirtschaftsmathematik (mit Schwerpunkt Finanzmathematik), problemadäquat auf ökonomische, praxisrelevante Fragestellungen angewandt. Grundlegende Kenntnisse der allgemeinen Mathematik (insbesondere Lösen von Gleichungen, Potenz- und Wurzelrechnung, Logarithmusrechnung, Differenzial- und Integralrechnung) werden als bekannt vorausgesetzt.			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Problemstellung, Stoffabgrenzung und Verlauf der Lehrveranstaltung • Mathematische Grundlagen 			

<ul style="list-style-type: none"> • Finanzmathematik im engeren Sinne (insbes. Zins- und Zinseszinsrechnung, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung; Sonderprobleme: insbes. Unterjährige Verzinsung, Verzinsung und Inflation) • Optimierungsrechnungen
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeit
Literatur/Lehrmaterial Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 14. Aufl., München/Wien 2003 Salomon, E./Poguntke, W.: Wirtschaftsmathematik. Finanzmathematik, Analysis, Lineare Algebra, Troisdorf 2001 Sydsaeter, K./Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 2. Aufl., München 2006 Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik. Klassische Verfahren und neuere Entwicklungen – Effektivzins- und Renditeberechnung, Investitionsrechnung, derivative Finanzinstrumente, 8. Aufl., Wiesbaden 2006 In der Vorlesung werden Arbeitsunterlagen (ausführliche Gliederung, Literaturhinweise, Fallbeispiele, Aufgabenblätter) ausgegeben.
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	Ja	1	Deutsch
Workload: 2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
22,5 Stunden / 45%	20 Stunden / 40%		7,5 Stunden / 15%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-006	I.6 Schlüsselqualifikationen

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Lern-, Zeitmanagement- und Selbstmanagementstrategien und können diese gezielt einsetzen. Sie sind in der Lage ihr eigenes Lernverhalten zu reflektieren und entsprechend zu steuern.</p> <p>Sie kennen zudem verschiedene Präsentationstechniken und können diese zielgruppenspezifisch und individuell anwenden.</p> <p>Auch können die Studierenden gemeinsam im Team arbeiten und kennen dabei die verschiedenen Konzepte zur Gruppendynamik und Gruppenrolle und sind in der Lage ihre Arbeit diesbezüglich zu analysieren und zu reflektieren.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schlüsselqualifikationen – Kompetenzen – Schalenmodell der beruflichen Handlungsfähigkeit • Kognitive Lernstrategien (Wiederholungsstrategien, Elaborationsstrategien, Organisationsstrategien) • Zeitmanagement-Methoden und Konzept der Selbstwirksamkeit • Lernen in Gruppen, Gruppenrollen und Gruppendynamik • Umgang mit Stress • Präsentationstraining
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung mit Übungen, kooperatives Lernen, Präsentationen, Selbststudium, Lernportfolios zur Anwendung und Reflexion des Gelernten.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Keine Vorkenntnisse erforderlich
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Lernen und Präsentieren wesentliche Bestandteile im Studium
Einsatz in anderen Studiengängen	Im Bereich Schlüsselqualifikationen-Grundlagen

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p> <p>Im Bereich des Sozialen werden wichtige Kompetenzen gefördert z.B. durch den Austausch und die Erarbeitung gemeinsamer Abgaben. Im Bereich des Selbst werden die Studierenden in ihrer Selbstwirksamkeit und Reflexionsfähigkeit gestärkt.</p>

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jedes Semester	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
keine	5	2
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
42 Std. / 33,5%	42 Std. / 33,5%	41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
I.6.1	Rhetorik und Präsentation
I.6.2	Lernmanagement, Zeitmanagement und Selbstmanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
I.6.1	Rhetorik und Präsentation

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden kenne verschiedene Wirkfaktoren einer guten Präsentation und sind in der Lage diese adressatengerecht einzusetzen. Zudem kennen Sie verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten zum Aufbau einer Präsentation und können eigene Präsentationen entsprechend gestalten. Die Studierenden sind in der Lage Feedback zu geben und zu nehmen und können Ihr Selbst- und Fremdbild miteinander abgleichen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst	x	x	
Sozial	x	x	

Lerninhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau einer gelungenen Präsentation • Medieneinsatz bei Präsentationen • Glaubwürdigkeit erzeugen • Rhetorik • Rolle des eigenen Selbstkonzepts • Abgleich Selbst- und Fremdwahrnehmung • Feedback geben und nehmen
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Seminar/Training in zwei Gruppen mit Übungen
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Gruppenarbeiten, Mini-Präsentationen mit Videofeedback
Literatur/Lehrmaterial keine
Besonderes Videofeedback

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
3	1	Nein	2	Deutsch
Workload: 3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 30 Stunden / 40%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 20 Stunden / 27%		Aufgaben/Gruppenarbeit 25 Stunden / 33%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code I.6.2	Titel der Lehrveranstaltung Lernmanagement, Zeitmanagement und Selbstmanagement
-----------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) <p>Die Studierenden sind in der Lage ihr eigenes Lernverhalten zu beobachten, zu reflektieren und können dann gezielt kognitive Lernstrategien einsetzen um zum gewünschten Erfolg zu kommen.</p> <p>Die Studierenden sind fähig in der Gruppe zu arbeiten und kennen dabei verschiedene Konzepte der Gruppendynamik und der Rollen in einer Gruppe.</p> <p>Sie kennen den Einfluss des Konzepts der Selbstwirksamkeit und der Motivation auf das Lernen und wissen wie Sie diese gezielt nutzen können.</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Stresstheorien und sind in der Lage ihr eigenes Stressverhalten zu reflektieren und können eigene Stresskompetenzen (weiter-)entwickeln</p>

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst	x	x	
Sozial	x	x	

Lerninhalte:

- kognitiven Lernstrategien: Wiederholungsstrategie, Elaborationsstrategie und Organisationsstrategien
- Megakognitive Lernstrategien: Planung des Lernens, Regulation des Lernverhaltens, Zeitmanagementtechniken
- Ressourcenmanagement: Lernen in Gruppen
- Konzept Selbstwirksamkeit
- Der Einfluss von Selbstmotivation auf das Lernen
- Stresstheorien, Stressverhalten, Umgang mit Stress

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)
Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)
Vortrag, Gruppenarbeit, Lernportfolio

Literatur/Lehrmaterial
Mandl, H. & H. Friedrich (2006). Handbuch Lernstrategien. Göttingen: Hogrefe Verlag

Besonderes
-

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	1	Nein	2	Deutsch

Workload:
2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, **mit der folgenden Aufteilung:**

Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
20 Stunden / 40%	13,5 Stunden / 27%	16,5 Stunden / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-007	II.1 Grundlagen der BWL III

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Ziel des Moduls ist u.a. die Erarbeitung eines Überblicks über Fragestellungen, Methoden und Ansätze aus den Bereichen Kosten- und Leistungsrechnung, Personalmanagement und Marketing. Auf dieser Grundlage soll ein Verständnis für die wirtschaftswissenschaftliche Arbeitsweise erworben und das Fundament für die Transferprozesse in die Bereiche Touristik und Gesundheitswesen erworben werden.</p> <p>Erwerb von Kenntnissen im Bereich des Personalwesens sowie Sensibilisierung für die besonderen Aufgaben der Personalarbeit.</p> <p>Die Studierenden sollen die Konzepte und Methoden der KLAR kennenlernen. Sie sollen dazu in der Lage sein, Konzepte und Methoden der KLAR auf Aufgabenstellungen zu übertragen und eigenständige Lösungsansätze zu finden. Zudem sollen die Studierenden Lernteams zur gemeinsamen Ableitung von Prüfungsfragen und zur Bearbeitung des Aufgabenkataloges bilden. Die Studierenden sollen zudem die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen verstehen lernen.</p>
<p>Inhalte</p> <p>In diesem Modul werden die Grundkenntnisse der Kostenrechnung vermittelt, insbesondere die grundlegende Funktionsweise und zentrale Prinzipien der Kostenrechnung. Zudem werden Kenntnisse und Fertigkeiten zur Personalwirtschaft und zum Marketing vermittelt.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten, Tutorium</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Buchführungskenntnisse, insbesondere als Grundlage für die Vorlesung Kostenrechnung, Wissen aus Marketing I und Grundlagen der BWL
Vorbereitung für das Modul	Literatur, die in den einzelnen Vorlesungen angegeben ist Wiederholung der Vorlesung „Buchführung“ aus dem ersten Semester

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Vorlaufendes Modul: I.1 Grundlagen der BWL I/ Internes Rechnungswesen; I.2 Grundlagen der BWL II, Nachlaufendes Modul: III.5 Grundlagen der BWL IV
Einsatz in anderen Studiengängen	keine Anrechenbarkeit

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Insbesondere in Personalwirtschaft und Marketing II werden die Bezüge zur nachhaltigen Entwicklung aufgezeigt und zwar sowohl hinsichtlich der sozialen Nachhaltigkeit als auch hinsichtlich der ökonomischen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/ Prof. Dr. Steffen Scheurer		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 6
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 56,25 Std./ 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 46,25 Std. / 37%	Aufgaben/Gruppenarbeit 22,5 Std. /18 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.1.1	Kosten- und Leistungsrechnung
II.1.2	Bilanzierung
II.1.3	Marketing II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
II.1.1	Kosten- und Leistungsrechnung

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x		
Selbst			
Sozial	x	x	

Inhalte

- 1 Kosten- und Erlösrechnung als Teil des Rechnungswesens
 2. Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung
 - 3 Kosten- und Erlösrechnung auf Vollkostenbasis
 - 3.1 Kostenartenrechnung
 - 3.2 Kostenstellenrechnung
 - 3.3 Kostenträgerrechnung
 - 3.4 Kritik der Kostenrechnung auf Vollkostenbasis
- 4 Kosten- und Erlösrechnung auf Teilkostenbasis
 - 4.1 Charakter der Teilkostenrechnung
 - 4.2 Deckungsbeitragsrechnung als Periodenerfolgsrechnung
 - 4.3 Typische operative Entscheidungssituationen
- 5 Kostenrechnung auf Basis von Plankosten
 - 5.1 Aufgaben der Plankostenrechnung
 - 5.2 Grundlagen der Kostenplanung
 - 5.3 Systeme der Plankostenrechnung
 - 5.4 Kostenkontrolle und Abweichungsanalyse in der Plankostenrechnung
 - 5.5 Kritische Würdigung der Plankostenrechnung

Diese Vorlesung dient dazu einen fundierten Überblick über die Grundlagen der Kostenrechnung und grundlegende Konzepte zu vermitteln. Es werden die wichtigsten Begriffe sowie grundlegende Inhalte und Kostenrechnungssystematiken dargestellt und diskutiert. An Praxisbeispielen werden die Anwendungen der Konzepte aufgezeigt und in Übungen vertieft.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Übungen im zusätzlich angebotenen Tutorium

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung. München, 2010
- Haberstock, L.: Kostenrechnung I. Einführung. 12. Auflage, Berlin, 2005
- Haberstock, L.: Kostenrechnung II. (Grenz-)Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen. 10. Auflage, Berlin, 2008
- Schmidt, A.: Kostenrechnung. 6. Auflage, Stuttgart, 2011
- Schweitzer, M./Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung. 10. Auflage, München, 2011
- Steger, Johan: Kosten- und Leistungsrechnung: Einführung in das betriebliche Rechnungswesen, 5. Auflage, Oldenbourg Verlag München, Wien 2010

Besonderes

Tutorium, Praxisreferent

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	Nein	2	Deutsch
Workload:				
2 x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				

Präsenz 22,5 Stunden / 45%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 15,5 Stunden / 31%	Aufgaben/Gruppenarbeit 12 Stunden / 24%
-------------------------------	--	--

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.1.2	Titel der Lehrveranstaltung Bilanzierung
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x		x
Selbst			x
Sozial	x	x	
Lerninhalte: 1 Grundlagen der Bilanzierung 1.1 Traditionelle Sichtweise der deutschen Rechnungslegung 1.2 Sichtweise der internationalen Rechnungslegung 1.3 Reform des HGB durch das BilMoG 2 Aufstellung von Jahresabschlüssen 2.1 Bestandteile des Jahresabschluss 2.2 Bilanzierung dem Grunde nach - Ansatzvorschriften 2.3 Bilanzierung der Höhe nach - Bewertungsvorschriften 2.4 Gliederungsvorschriften von Bilanz und GuV 2.5 Publizitäts- und Berichtsvorschriften 2.6 Nachhaltigkeitsberichterstattung 3 Grundlagen der Jahresabschlussanalyse Behandelt werden die wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen der Bilanzierung im Einzelabschluss vor dem Hintergrund internationaler Entwicklungen. Insbesondere werden die Grundlagen und Zielsetzungen der internationalen Rechnungslegung und deren Übertragung im Rahmen des BilMoG thematisiert. Auf Basis von Fallbeispielen werden periodische Abschlüsse (Bilanzen, Erfolgsrechnungen und ggf. ergänzende Berichte) für einzelne Unternehmen erstellt und erörtert. Diese Abschlüsse richten sich vorrangig an „externe“ Adressaten, wie z.B. (außenstehende) Unternehmenseigner, Kreditgeber und die allgemeine Öffentlichkeit. Eingegangen wird hierbei auf bilanzpolitische Gestaltungen sowie auf Möglichkeiten und Grenzen der Abschlussanalyse.			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Diskussion, Vortrag eines Praktikers zu Bilanzierungsthemen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Fallanalysen, Gruppenarbeit, Metaplanarbeiten			
Literatur/Lehrmaterial Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben.			

Bieg, H.; Heinz Kussmaul, H.; Waschbusch, G.: Externes Rechnungswesen, München, 2012

Coenenberg, A.G., Haller, A. Schultze, W. : Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, 22. Auflage, Stuttgart, 2012

Hahn, K.: BilMoG Kompakt, Rechnungslegung nach dem neuen Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz, Leitfaden für Praktiker, 2009

Pellens, B. Fülbier, R. U., Gassen, J.; Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 8, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe. Mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie. 11. Auflage, Stuttgart, 2011

Wöhe, G.; Kussmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. 7. Auflage, München, 2010

Außerdem: einschlägige Gesetzestexte – insbes. Handelsgesetzbuch (HGB), Aktiengesetz (AktG), Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHG), Einkommensteuergesetz (EStG) – in der jeweils aktuellen Fassung.

In der Vorlesung werden Arbeitsunterlagen (ausführliche Gliederung, Literaturhinweise, Fallstudien etc.) ausgegeben.

Besonderes
Tutorien, Gastreferenten/innen etc.

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	Nein	3	Deutsch
Workload:				
ECTS-Punkte 2 x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
22,5 Stunden / 45%		15,5 Stunden / 31%		12 Stunden / 24%

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
II.1.3	Marketing II

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden erwerben tiefere Kenntnisse im strategischen Marketing. Konkret werden umfassende **Kenntnisse** in der Marketing-Analyse (z.B. SWOT), in der Marketing-Planung (z.B. Portfoliomanagement), wie auch in den Feldern Marketing-Implementierung und –Kontrolle (z.B. Einsatz Marketing Mix) erworben.

Die Studierenden nutzen die o.g. Verfahren und Methoden, um diese auf praxisrelevante Fragestellungen angeleitet zu übertragen. Die auf dieser Basis erarbeiteten fachspezifischen **Fertigkeiten** können ferner auf den Studierenden völlig fremden Problemstellungen in der Praxis übertragen werden (**Fachkompetenz**).

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte 1. Strategisches Marketing insb. im Dienstleistungssektor, aber auch in Gebietskörperschaften 2. Besonderheiten des Dienstleistungsmanagements 3. Marketingstrategien im Dienstleistungssektor 4. Marktforschung – welche Erwartungen haben Patienten/Kunden an Gesundheitsdienstleistungen 5. Kundenlebenszyklus im Dienstleistungsbereich 6. Dienstleistungsqualität und Messung der Kundenzufriedenheit 7. Konkurrenz- und Wettbewerbsanalyse 8. Portfoliomanagement			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Fallanalysen, Planspiel, Rollenspiel, Gruppenarbeit			
Literatur/Lehrmaterial Backhaus, K.: Strategisches Marketing, Stuttgart 2007 Benkenstein, M.; Strategisches Marketing, Stuttgart 2002 Bieberstein, I.: Dienstleistungs-Marketing, 4. Aufl., Ludwigshafen 2005 Mathys, E.: Dienstleistungsmarketing: Kunden finden, gewinnen und binden, Heidelberg 2007 Meffert, H., Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden 2006 Uhe, G.: Strategisches Marketing, Berlin 2002			
Besonderes Keine			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
1	2	Nein	2	Deutsch
Workload: ECTS-Punkte 1 x 25 Stunden = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 11,25 Stunden / 45%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 10 Stunden / 40%		Aufgaben/Gruppenarbeit 3,75 Stunden / 15%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-008	II.2 Recht für Wirtschaftspsychologen II

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)
Inhalte Welche fachlichen, methodischen, fachpraktischen und fachübergreifenden Inhalte sollen erarbeitet werden?
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) z. B. Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Seminar (- mit Übung), Laborarbeit, Projektveranstaltung, Exkursion

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	keine

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	I.4 Recht I III.2 Recht III
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte -

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (60)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Horst Blumenstock		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 3

Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt z.B. 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium z.B. 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit z.B. 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.6.1	Öffentliches Recht
II.6.2	Gesellschaftsrecht

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Öffentliches Recht
------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	x
Selbst		x	
Sozial			
Inhalte 1. Grundstrukturen des öffentlichen Rechtes 2. Verfassungsrechtliche Grundlagen 3. Grundrechtsschutz privater Wirtschaftstätigkeit 4. Handlungsformen der öffentlichen Verwaltung 5. Der Verwaltungsakt 6. Der öffentlich-rechtliche Vertrag 7. Rechtsschutz gegen öffentlich-rechtliche Handlungen			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit begleitendem Tutorium			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Diskussion, Gruppenarbeit, seminaristisches Tutorium			
Literatur/Lehrmaterial Alpmann, J.A.: Gesellschaftsrecht, Münster Eisenhardt, U.: Gesellschaftsrecht, München Kraft, A., Kreutz, P.: Gesellschaftsrecht, Köln Schmidt, K.: Gesellschaftsrecht, Köln (jeweils neueste Auflage)			
Besonderes			

Es wird ein Tutorium angeboten.

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
3	1	Nein	1	Deutsch
Workload:				
3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
33,75 Stunden / 45%	30 Stunden / 22%		11,25 Stunden / 33%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
II.6.2	Gesellschaftsrecht

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden kennen die Grundprinzipien des Gesellschaftsrechts. Sie kennen die Besonderheiten der Personen- sowie der Kapitalgesellschaften. Sie verstehen das Gesellschaftsrecht im Gesamtkontext des Zivilrechts und in seiner Relevanz für den privaten Wirtschaftsverkehr. Sie kennen die grundlegenden Problemfelder des Gesellschaftsrechts (Rechtsform, Innen- und Außenrecht, Haftung, Vertretung, Gründung und Auflösung von Gesellschaften etc.).

Die Studierenden können einfache Sachverhalte und Fälle im Rechtsgebiet selbständig lösen. Sie beherrschen die Berücksichtigung der gesellschaftsrechtlichen Besonderheiten bei Anspruchsaufbau und die Anspruchsprüfung. Sie erkennen ausgewählte komplexere Problemstellungen (Haftung und Haftungsbegrenzung, Scheingesellschaft) und können dafür Lösungsansätze entwickeln.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	x
Selbst		x	
Sozial			

Inhalte

Die Vorlesung gibt einen vertieften Blick in das Recht der Personengesellschaften und der Kapitalgesellschaften. Daneben werden anhand aktueller Fälle aus der Rechtsprechung die Struktur und die gesellschaftsspezifischen Besonderheiten beleuchtet. Behandelt werden insbesondere folgende Fragen: Gründung von Gesellschaften, Innere Ordnung, Organe, Vertretungsbefugnisse, Geschäftsführung, Haftung, Außenverhältnisse, Formbedürftigkeiten. Verantwortlichkeiten der Organe nach außen, Rechtsfähigkeit der Gesellschaften, Nachfolgeregelungen, Auflösung und Beendigung der Gesellschaften, Liquidation.

1. Allgemeine Grundsätze des Gesellschaftsrechts im Überblick
2. Gegenstand und Zweck des Gesellschaftsrechts
3. Rechtsquellen des Gesellschaftsrechts

4. Unterscheidung Personen- und Kapitalgesellschaften 5. Die GbR 6. Die Handelsgesellschaften 7. Die sonstigen Personengesellschaften 8. Das Recht der Kapitalgesellschaften 9. Der Verein als Grundmodell der Körperschaft 10. Die GmbH 11. Die Aktiengesellschaft
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Diskussion, Gruppenarbeit, seminaristisches Tutorium
Literatur/Lehrmaterial Vorlesungsbegleitendes Skript mit Fällen E. Klunzinger, Grundzüge des Handelsrechts Alpmann Schmidt, Handelsrecht D. Steck, Handelsrecht T. Enders/M. Hesse, Gesellschafts- und Handelsrecht H. Oetker, Handelsrecht R. Wörten, Handelsrecht G. Roth, Handelsrecht Grunewald, Barbara, Gesellschaftsrecht Hueck/Windbichler, Gesellschaftsrecht Klunzinger, Grundzüge des Gesellschaftsrechts Kübler/Assmann, Gesellschaftsrecht (jeweils neueste Auflage)
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
2	2	Nein	2	Deutsch
Workload:				
2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
40 Stunden / 80%	5 Stunden / 10%		5 Stunden / 10%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-009	II.3 Statistik & computergestützte Datenauswertung

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden sind nach Absolvieren des Moduls in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Erhebung von Daten für Studienprojekte selbständig zu planen und durchzuführen • die erhobenen Daten aufzubereiten und kritisch zu bewerten • zu beurteilen, welche Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für bestimmte statistische Verfahren notwendig sind • die erhobenen Daten mittels Software-Analyse-Tool auszuwerten • zu entscheiden, wann eine Erhebung repräsentativ ist und wann die Ergebnisse signifikant sind.
<p>Inhalte</p> <p>Das Modul gibt wiederholend einen Überblick zu den grundlegenden Konzepten, wichtigsten Begriffen und Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik. Es wird ein Instrumentarium erarbeitet, um eigenständig statistische Untersuchungen zu planen, auszuwerten und zu interpretieren.</p> <p>Dabei konzentriert sich das Modul auf diejenigen Methoden der deskriptiven und schließenden Statistik, die üblicherweise in den Sozialwissenschaften Anwendung finden. Zu den einzelnen Tests werden jeweils die Voraussetzungen für die Anwendung diskutiert, das Verständnis für den Test über die Formel hergeleitet, sowie konkrete Problemstellungen aus verschiedenen Forschungsprojekten betrachtet, berechnet und interpretiert. Dabei verwenden die Studierenden die statistischen Formeln in Excel sowie für komplexere Auswertungen die statistischen Analysefunktionen des Programms. Weitere Programmpakete wie SPSS bzw. die kostenlosen Softwarelösungen wie R oder PSPP werden den Studierenden aufgezeigt.</p> <p>Im Einzelnen sind die folgenden Tests und deren softwaregestützte Analyse Gegenstand des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausgabe der wichtigsten Populationskenngrößen - Kovarianz/Korrelationsanalyse/Korrelationsmatrix - Multiple lineare Regression mit Schätzung/Variablenselektion/Residuenanalyse - Einfaktorielle und mehrfaktorielle Varianzanalyse - t-tests bei abhängigen und unabhängigen Stichproben - Chi Quadrat Test
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	I.5 Quantitative Methoden
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen -	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.3	Titel der Lehrveranstaltung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.3	Titel der Lehrveranstaltung Statistik und computergestützte Datenauswertung
---------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden sind nach Absolvieren des Moduls in der Lage,

- die Erhebung von Daten für Studienprojekte selbständig zu planen und durchzuführen
- die erhobenen Daten aufzubereiten und kritisch zu bewerten
- zu beurteilen, welche Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für bestimmte statistische Verfahren notwendig sind
- die erhobenen Daten mittels Software-Analyse-Tool auszuwerten
- zu entscheiden, wann eine Erhebung repräsentativ ist und wann die Ergebnisse signifikant sind.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	
Selbst	x		
Sozial			

Inhalte

Die Veranstaltung gibt wiederholend einen Überblick zu den grundlegenden Konzepten, wichtigsten Begriffen und Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik. Es wird ein Instrumentarium erarbeitet, um eigenständig statistische Untersuchungen zu planen, auszuwerten und zu interpretieren.

Dabei konzentriert sich die Veranstaltung auf diejenigen Methoden der deskriptiven und schließenden Statistik, die üblicherweise in den Sozialwissenschaften Anwendung finden. Zu den einzelnen Tests werden jeweils die Voraussetzungen für die Anwendung diskutiert, das Verständnis für den Test über die Formel hergeleitet, sowie konkrete Problemstellungen aus verschiedenen Forschungsprojekten betrachtet, berechnet und interpretiert. Dabei verwenden die Studierenden die statistischen Formeln in Excel sowie für komplexere Auswertungen die statistischen Analysefunktionen des Programms. Weitere Programmpakete wie SPSS bzw. die kostenlosen Softwarelösungen wie R oder PSPP werden den Studierenden aufgezeigt.

Im Einzelnen sind die folgenden Tests und deren softwaregestützte Analyse Gegenstand der Veranstaltung:

- Ausgabe der wichtigsten Populationskenngrößen
- Kovarianz/Korrelationsanalyse/Korrelationsmatrix
- Multiple lineare Regression mit Schätzung/Variablenselektion/Residuenanalyse
- Einfaktorielle und mehrfaktorielle Varianzanalyse
- t-tests bei abhängigen und unabhängigen Stichproben
- Chi Quadrat Test

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit

Literatur/Lehrmaterial

Keith F. Punch: Social Research & Qualitative Approaches, 2014, SAGE

Frank Siegmann: Statistik verstehen, nicht rechnen. Band 1: Beschreibende Statistik, 1. Auflage 2017, Kohlhammer Verlag Stuttgart (Bib.Bestand HfWU)

Chris Spatz: Basic Statistics. Tales of Distributions, 2011, Wadsworth, Cengage Learning

Besonderes

-

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	2	Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
42 Std. / 33,5%	42 Std. / 33,5%		41 Std. / 33%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-010	II.4 Einführung in die Wirtschaftspsychologie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden kennen nach der erfolgreichen Teilnahme grundlegende Phänomene psychischen Erlebens und Verhaltens. Zudem haben die Studierenden einen Überblick über die zentralen Grundlagengebiete der Psychologie und insbesondere erste Einblicke in wirtschaftspsychologische Anwendungsgebiete.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Überblick über die zentralen Aspekte des psychischen Systems sowie der entsprechenden Fächer der akademischen Psychologie• Überblick über methodische Zugänge bei der Bearbeitung (wirtschafts-)psychologischer Fragestellungen• Wichtigste theoretische Betrachtungsweisen der akademischen Psychologie• Ausgewählte Vertiefungen im Bereich der Wirtschaftspsychologie
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, Kooperatives Lernen

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für Vertiefungsmodule
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte -

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries
--

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
4.1	Einführung in die Wirtschaftspsychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Einführung in die Wirtschaftspsychologie
------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Kenntnisse: Die Studierenden kennen nach der erfolgreichen Teilnahme bedeutende Phänomene psychischen Erlebens und Verhaltens. Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagengebiete der Psychologie sowie ihrer Anwendungen in der Wirtschaftspsychologie.			
Fertigkeiten: Die Studierenden verstehen die Struktur typischer (wirtschafts)psychologischer Fragestellungen und können sie den wichtigsten Themengebieten der Psychologie zuordnen.			
Kompetenzen: Die Studierenden verstehen Fragestellungen, die aus einer psychologischen Sicht formuliert sind.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x		
System	x		
Selbst	x	x	x
Sozial	x	x	
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die zentralen Aspekte des psychischen Systems sowie der entsprechenden Fächer der akademischen Psychologie • Überblick über methodische Zugänge bei der Bearbeitung psychologischer Fragestellungen • Wichtigste theoretische Betrachtungsweisen der akademischen Psychologie • Ausgewählte Vertiefungen aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie 			

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, Kooperatives Lernen
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit
Literatur/Lehrmaterial Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben. <ul style="list-style-type: none"> • Gerrig, R.J. & Zimbardo, P.G. (2008). <i>Psychologie</i>. München: Pearson. • Moser, K. (2015). <i>Wirtschaftspsychologie</i>. Heidelberg. Springer.
Besonderes -

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	2	Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
50 Stunden / 40%		33,75 Stunden / 27%		41,25 Stunden / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-011	II.5 Methodenlehre I

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Das Modul ist Teil des Kompetenzfeldes „Psychologie“ und vermittelt Kenntnisse aus anwendungsbezogener Sicht zu folgenden Themen: Grundlagen psychologischer Methodenlehre sowie Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens und Schreibens. Die Studierenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• Forschungsinteressen in Fragestellungen und Forschungsexposés umzusetzen• akademische Gestaltungsregeln anzuwenden• Regeln des psychologisch-akademischen Arbeitens anzuwenden
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens• Grundlagen zur Erstellung von Haus-, Seminar-, und Bachelorarbeiten• Formulierung akademischer Fragestellungen• Erstellung von Forschungsexposés
Lehr-/Lernformen Interaktive Vorlesung, Gruppenübungen, Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries
--

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 2
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 22 Std. / 17,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 51,5 Std. / 41,25%	Aufgaben/Gruppenarbeit 51,5 Std. / 41,25%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.5	Methodenlehre I

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.5	Titel der Lehrveranstaltung Methodenlehre I
----------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens • Grundlagen zur Erstellung von Haus-, Seminar-, und Bachelorarbeiten • Formulierung akademischer Fragestellungen • Erstellung von Forschungsexposés 			
Lehr-/Lernformen			
Interaktive Vorlesung, Gruppenübungen, Selbststudium			
Literatur/Lehrmaterial			
Deutsche Gesellschaft für Psychologie (Hrsg.). (2007). <i>Richtlinien der Manuskriptgestaltung</i> . Göttingen: Hogrefe.			
Eco, U. (2010). <i>Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt</i> . Wien: UTB.			

Peters, J. H. & Dörfler, T. (2014). *Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften. Planen, durchführen und auswerten*. Hallbergmoos: Pearson.

Besonderes

-

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 2	Gruppeneinteilung Ja	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 22 Std. / 17,5%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 51,5 Std. / 41,25%		Aufgaben/Gruppenarbeit 51,5 Std. / 41,25%

Modulbeschreibung

Code 424-012	Modulbezeichnung II.6 Methodenkompetenz I
-------------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Das Modul ist Teil des Kompetenzfeldes „Psychologie“ und vermittelt Kenntnisse zu den wichtigsten qualitativen und quantitativen Studienformen und deren Qualitätskriterien. Sie haben ein breites Wissen über mögliche Erhebungs- und Analysemethoden in der Wirtschaftspsychologie gewonnen.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Einführung: Empirische Forschung - was ist das?• Methoden der empirischen Forschung• Befragung - die häufigste Erhebungsmethode• Beispiel: Entwicklung eines Erhebungsinstruments• Beispiele bewährter Erhebungsinstrumente• Schritte empirischer Untersuchungen im Überblick: Von der Planung bis zur Interpretation
Lehr-/Lernformen Vortrag, Diskussion, praktische Übungen, Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte -

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100 %

Organisation

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Jan Christopher Pries

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 2
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 22 Std. / 17,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 51,5 Std. / 41,25%	Aufgaben/Gruppenarbeit 51,5 Std. / 41,25%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
II.6.1	Methoden der empirischen Forschung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code II.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Methoden der empirischen Forschung
------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Veranstaltung ist Teil des Kompetenzfeldes „Psychologie“ und vermittelt Kenntnisse zu den wichtigsten qualitativen und quantitativen Studienformen und deren Qualitätskriterien. Sie haben ein breites Wissen über mögliche Erhebungs- und Analysemethoden in der Wirtschaftspsychologie gewonnen. Die Studierenden können wirtschaftspsychologische Fragestellung in empirische Fragestellungen überführen sowie qualitative und quantitative Methoden der Datenerhebung anwenden und auswerten.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Empirische Forschung - was ist das? • Methoden der empirischen Forschung • Befragung - die häufigste Erhebungsmethode • Beispiel: Entwicklung eines Erhebungsinstruments • Beispiele bewährter Erhebungsinstrumente • Schritte empirischer Untersuchungen im Überblick: Von der Planung bis zur Interpretation 			

Lehr-/Lernformen Vortrag, Diskussion, praktische Übungen, Selbststudium
Literatur/Lehrmaterial Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben. Doering, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin: Springer. Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften. Heidelberg: Springer.
Besonderes ---

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 2	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 2	Sprache Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 22 Std. / 17,5%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 51,5 Std. / 41,25%		Aufgaben/Gruppenarbeit 51,5 Std. / 41,25%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-013	III.1 Grundlagen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Die Studierenden bearbeiten typische Fragestellungen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie. Das erzielte Wissen wird anhand von Fallstudien und Übungen praktisch angewandt und vertieft.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition, Gegenstandsbereich und Geschichte der Arbeits-, Personal- & Organisationspsychologie • Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung • Arbeitsmotivation • Grundlagen des Personalmanagements • Personalbeschaffung und -auswahl, Employer Branding • Personalentwicklung- und Nachfolgemanagement: Ziele und Methoden • Führung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern • Gruppen- und Teamarbeit • Organizational Change • Organisationstheorien • Organisationsklima und Unternehmenskultur
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für Vertiefungsmodule
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90)	100 %

Organisation

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 36 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std./ 20 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 55 Std./ 44 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.1	Grundlagen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.1	Titel der Lehrveranstaltung Grundlagen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie
-----------------------------	--

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Kenntnisse:</p> <p>Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs kennen die Studierenden zentrale Theorien der Arbeits- Personal- und Organisationspsychologie. Die Studierenden kennen die Aufgaben des Personalmanagements, der Arbeitspsychologie und der Organisationsentwicklung in Unternehmen und wissen, mit welchen Methoden jeweils gearbeitet wird.</p> <p>Fertigkeiten:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage Theorien der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie auf Fragestellungen der Unternehmenspraxis anzuwenden. Die Teilnehmer des Kurses können organisatorische Rahmenbedingungen analysieren, Konzepte zur Gestaltung von Organisationen und Arbeitssettings entwickeln und Basismethoden des HR zur Personalplanung u.a. anwenden.</p> <p>Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden bauen eine Fachkompetenz in Bezug auf Fragen zur Gestaltung des Verhältnis der Mensch und Organisation Schnittstelle auf. Die Analysefähigkeit Kompetenz der KursteilnehmerInnen ist durch Gruppenarbeiten und Fallstudien gestärkt. Die Studierenden erwerben zudem Fachkompetenzen in der Anwendung von HR-und Organisationstheorien auf die Unternehmenspraxis.</p>

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	
Selbst	x		
Sozial	x		
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Definition, Gegenstandsbereich und Geschichte der Arbeits-, Personal- & Organisationspsychologie • Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung • Arbeitsmotivation • Grundlagen des Personalmanagements • Personalbeschaffung- und auswahl, Employer Branding • Personalentwicklung- und Nachfolgemanagement: Ziele und Methoden • Führung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern • Organizational Change • Organisationstheorien 			
Lehr-/Lernformen Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen			
Lehr-/Lernmethoden Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit			
Literatur/Lehrmaterial Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben. Kanning, U. & Schuler, H. (2013). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe. Nerdinger, F., Blickle, G. & Schaper, N. (2008). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer.			
Besonderes ---			

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	3	Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 36 %		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std./ 20 %		Aufgaben/Gruppenarbeit 55 Std./ 44 %

Modulbeschreibung

Code 424-014	Modulbezeichnung III.2 Sozialpsychologie
------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Nach der erfolgreichen Teilnahme sind den Studierenden die Grundlagen der Sozialpsychologie bekannt. Die Studierenden haben einen Überblick über die verschiedenen theoretischen Ansätze, Befunde und Methoden der Sozialpsychologie.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Sozialpsychologie • Soziale Wahrnehmung und Attribution • Soziale Kognition • Soziale Identität • Grundlagen der Einstellungsforschung • Strategien der Einstellungs- und Verhaltensänderung • Attraktivität • Prosoziales Verhalten • Aggression • Intragruppen-Prozesse • Vorurteile und Stereotype • Angewandte Sozialpsychologie im Kontext der Wirtschaftspsychologie
<p>Lehr-/Lernformen</p> <p>Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für Vertiefungsmodule
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90)	100 %

Organisation

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 36 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std./ 20 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 55 Std./ 44 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.2	Sozialpsychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.2	Titel der Lehrveranstaltung Sozialpsychologie
----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Kenntnisse: Die Studierenden kennen die Grundlagen der Sozialpsychologie und haben einen Überblick über sozialpsychologische theoretische Ansätze, Befunde und Methoden.			
Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, sozialpsychologische Fragestellungen auf das Feld der Wirtschaftspsychologie anzuwenden.			
Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Originalarbeiten zu verstehen und für die Anwendung zu nutzen. Die Studierenden entwickeln die Kompetenz, wirtschaftspsychologische Entscheidungen auf Basis wissenschaftlicher Befunde zu treffen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x		
System	x		
Selbst	x	x	x
Sozial	x	x	
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Sozialpsychologie • Soziale Wahrnehmung und Attribution • Soziale Kognition • Soziale Identität 			

<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Einstellungsforschung • Strategien der Einstellungs- und Verhaltensänderung • Prosoziales Verhalten • Aggression • Intragruppen-Prozesse • Vorurteile und Stereotype • Angewandte Sozialpsychologie im Kontext der Wirtschaftspsychologie
Lehr-/Lernformen Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen
Lehr-/Lernmethoden Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit
Literatur/Lehrmaterial Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben. <ul style="list-style-type: none"> • Aronson, E., Wilson, T. & Akert, R. (2013). Social psychology. Boston: Pearson . • Fischer, P., Jander, K., Krueger, J. (2013). Sozialpsychologie für Bachelor. Berlin: Springer. • Hewstone, M., Stroebe, W. & Jonas, K. (2012). Introduction to social psychology – A European perspective. Chichester: Blackwell.
Besonderes ---

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	3	Deutsch
Workload:				
5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
45 Std./ 36 %	25 Std./ 20 %		55 Std./ 44 %	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-015	III.3 Methodenlehre II

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Ziel des Moduls ist, die Studierenden fundiert in Forschungsmethoden der Psychologie auszubilden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teilziel 1: Wissen (Fachkompetenz) der Grundlagen von Forschungsmethoden in der Psychologie • Teilziel 2: Anwenden (Fach-, Sach- und Methodenkompetenz) des Erlernten anhand von Beispielen • Generell: Erwerb von Sozial-, Selbst- und Kommunikationskompetenz durch Interaktion in Kleingruppen und dem Plenum, ebenfalls lernen sie sich selbst und Wissen zu organisieren
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Forschungsmethoden sowie Ziele der Wissenschaft • Exkurs in die Wissenschaftstheorie • Die wichtigsten Regeln der Wissenschafts- und Forschungsethik • Qualitative Methoden: div. Arten an Interviews inkl. Leitfadenerstellung, Beobachtung, Auswertungsmethoden, Gütekriterien • Quantitative Methoden: Fragebogengestaltung, nicht-/experimentelle Verfahren • Zusammenführung der qualitativen und quantitativen Methoden in den Mixed-Methods und Triangulationsverfahren
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Interaktive Vorlesung gemäß des Lern-Sandwichs (shift from teaching to learning) mit Inputvorträgen, Tandem- & Gruppenarbeiten, Mentoring, Videos, Tests (z. B. Kahoot), Selbststudium, Hausaufgaben</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
----------------------------	-----------------

StA	100%
-----	------

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 2
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 22 Std. / 17,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 51,5 Std. / 41,25%	Aufgaben/Gruppenarbeit 51,5 Std. / 41,25%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.3.1	Qualitative und quantitative Methoden

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Qualitative und quantitative Methoden
-------------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Ziel der Veranstaltung ist, die Studierenden fundiert in Forschungsmethoden der Psychologie auszubilden.			
<ul style="list-style-type: none"> • Teilziel 1: Wissen (Fachkompetenz) der Grundlagen von Forschungsmethoden in der Psychologie • Teilziel 2: Anwenden (Fach-, Sach- und Methodenkompetenz) des Erlernten anhand von Beispielen • Generell: Erwerb von Sozial-, Selbst- und Kommunikationskompetenz durch Interaktion in Kleingruppen und dem Plenum, ebenfalls lernen sie sich selbst und Wissen zu organisieren. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst			
Sozial			

<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Forschungsmethoden sowie Ziele der Wissenschaft • Exkurs in die Wissenschaftstheorie • Die wichtigsten Regeln der Wissenschafts- und Forschungsethik • Qualitative Methoden: div. Arten an Interviews inkl. Leitfadenerstellung, Beobachtung, Auswertungsmethoden, Gütekriterien • Quantitative Methoden: Fragebogengestaltung, nicht-/experimentelle Verfahren • Zusammenführung der qualitativen und quantitativen Methoden in den Mixed-Methods und Triangulationsverfahren
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Interaktive Vorlesung gemäß des Lern-Sandwichs (shift from teaching to learning) mit Inputvorträgen, Tandem- & Gruppenarbeiten, Mentoring, Videos, Tests (z. B. Kahoot), Selbststudium, Hausaufgaben</p>
<p>Literatur/Lehrmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsfolien, Arbeitsblätter • Grundlagenliteratur: <ul style="list-style-type: none"> ○ Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Berlin: Springer. ○ Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin: Springer. • Weitere Literatur nach Bedarf
<p>Besonderes</p> <p>-</p>

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	2	Nein	3	Deutsch
Workload:				
5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
22 Std. / 17,5%		51,5 Std. / 41,25%		51,5 Std. / 41,25%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-016	III.4 Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs haben die Studierenden die Anwendungsfelder und gängigsten Methoden der Marktforschung. Außerdem kennen sie aktuelle Trends aus dem Bereich der Marktforschung. Die Studierenden haben praktische Erfahrungen bei der Konzeption, Durchführung und Auswertung einzelner Verfahren/Methoden. Darüber hinaus sind sie fähig, Marktforschungsstudien zu konzipieren und durchzuführen. Darüber hinaus wird die Kompetenz zur kritischen Reflektion gestärkt.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen • Erhebungsmethoden (Einzelinterviews, Fokus-Gruppen, Fragebogen) • Software-gestützte Datenanalyse • Messung von Einstellungen, Motiven, Werten & Verhalten • Zielgruppenverständnis und Marktsegmentierung • Markenforschung: Markenimage & Markenwert • Werbewirkungsforschung • Kundenmanagement: Kundenzufriedenheit & Kundenbindung • Social Media Marktforschung • Neuromarketing
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Gruppenübungen, Selbststudium</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach oder Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen z.B. keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std./ 36 %	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 25 Std./ 20 %	Aufgaben/Gruppenarbeit 55 Std./ 44 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.4.1	Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie
------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs haben die Studierenden die Anwendungsfelder und gängigsten Methoden der Marktforschung. Außerdem kennen sie aktuelle Trends aus dem Bereich der Marktforschung. Die Studierenden haben praktische Erfahrungen bei der Konzeption, Durchführung und Auswertung einzelner Verfahren/Methoden. Darüber hinaus sind sie fähig, Marktforschungsstudien zu konzipieren und durchzuführen. Darüber hinaus wird die Kompetenz zur kritischen Reflektion gestärkt.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen • Erhebungsmethoden (Einzelinterviews, Fokus-Gruppen, Fragebogen) • Software-gestützte Datenanalyse • Messung von Einstellungen, Motiven, Werten & Verhalten • Zielgruppenverständnis und Marktsegmentierung • Markenforschung: Markenimage & Markenwert • Werbewirkungsforschung 			

<ul style="list-style-type: none"> • Kundenmanagement: Kundenzufriedenheit & Kundenbindung • Social Media Marktforschung • Neuromarketing
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Gruppenarbeit, Selbststudium
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Berlin: Springer. • Berekoven, L., Eckert, W. & Ellenrieder, P. (2009). Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. Wiesbaden: Gabler. • Herrmann, A., Homburg, C. & Klarman, M. (Hrsg.) (2008). Handbuch Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele. Wiesbaden: Gabler.
Besonderes -

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	3	Deutsch
Workload: ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
45 Std./ 36 %		25 Std./ 20 %		55 Std./ 44 %

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-017	III.5 Mikroökonomie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele</p> <p>Das Modul Mikroökonomie vermittelt den Studierenden einen Einblick in die wesentlichen einzelwirtschaftlichen Fragestellungen. Dabei erlernen die Studierenden die Fähigkeit, komplexes einzelwirtschaftliches Verhalten - sowohl Konsumenten- wie auch Produzentenverhalten - ökonomisch fundiert analysieren zu können. Insbesondere die Oligopoltheorie schärft bei den Studierenden das Bewusstsein für die Reaktionsverbundenheit - sowohl zwischen Märkten als auch zwischen Wirtschaftssubjekten - und versetzt sie in die Lage, diese Interdependenzen im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen zu berücksichtigen. Außerdem sind sie mittels der erlernten Methoden in der Lage, das Marktverhalten von Haushalten und Unternehmen in unterschiedlichen Marktformen und -strukturen erklären und prognostizieren zu können und so für betriebliche Entscheidungen in der Praxis nutzbar zu machen.</p> <p>Darüber hinaus erlernen die Studierenden am Beispiel mikroökonomischer Fragestellungen die Fähigkeit, die Komplexität realer Phänomene mittels abstrakter aber problemadäquater Modelle zu reduzieren, um diese Fragen einer quantitativen Bearbeitung zugänglich zu machen.</p>
<p>Inhalte</p> <p>In der Vorlesung Mikroökonomie werden zunächst die einzelwirtschaftlichen Entscheidungen von Haushalten und Unternehmen auf Güter- und Faktormärkten eingehend thematisiert. Hierauf basierend wird im Rahmen der Markttheorie die Koordination dieser einzelwirtschaftlichen Pläne in unterschiedlichen Marktkonstellationen untersucht. Abschließend werden einige zentrale wettbewerbstheoretische und –politische Fragestellungen analysiert, um vor diesem Hintergrund die Möglichkeiten der staatlichen Einflussnahme insbesondere im Gesundheitswesen zu beleuchten.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Die Vermittlung der Kompetenzen erfolgt in Veranstaltungen, die sich im Rahmen der Lehrfreiheit des Art. 5 Abs. 3 GG halten.</p> <p>Vorlesung, Tutorium</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Gutes Sprachverständnis, gute Lese- und Rechtschreibkenntnisse;
Vorbereitung für das Modul	Eine Vorbereitung ist nicht notwendig.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Modul IV.1 Wirtschaftspolitik
Einsatz in anderen Studiengängen	Möglich

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90)	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Horst Blumenstock		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jedes Semester	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
keine	5	4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 45 Std. / 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 60 Std. / 40%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.4.1	Mikroökonomie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
III.4.1	Mikroökonomie

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst	x	x	
Sozial	x	x	
Inhalte - Grundzüge ökonomischen Denkens - Theorie des Haushalts: Güternachfrage und Faktorangebot der Haushalte - Theorie des Unternehmens: Güterangebot und Faktornachfrage der Unternehmen - Markttheorie: Preisbildung auf poly-, oligo- und monopolistischen Märkten			

- Theorie des Marktversagens - Grundzüge der Wettbewerbstheorie und –politik
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Fallstudien
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Die Lehr- und Lernmethoden halten sich im Rahmen des Art. 5 Abs. 3 GG
Literatur/Lehrmaterial Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München Pindyck, R.S.; Rubinfeld, D.L. : Mikroökonomie, München Schmidt, I.: Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, Stuttgart Schumann, J. et al.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Berlin Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München (jeweils neueste Auflage)
Besonderes Ein Tutorium wird bei Bedarf angeboten.

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	3	Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 22,5 Stunden / 30%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 22,5 Stunden / 30%		Aufgaben/Gruppenarbeit 30 Stunden / 40%	

Modulbeschreibung

Code 424-018	Modulbezeichnung III.6 Methodenkompetenz II
------------------------	---

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Das Modul ist Teil des Kompetenzfeldes „Psychologie“ und vermittelt Kenntnisse aus anwendungsbezogener Sicht zu folgenden Themen: Umgang mit und Anwendung von Methoden aus der systemischen und personenzentrierten Beratung. Kritische Würdigung von Beratungsansätzen, Methoden und Themengebieten.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen von Beratungsansätzen• Methoden der systemischen, lösungsorientierten und personenzentrierten Beratung• Methoden zu Einzelsettings• Methoden zu Gruppensettings• Kollegiale Fallberatung• Selbstexploration und Reflexion
Lehr-/Lernformen Vortrag, praktischen Übungen, Diskussion, Referate, kooperatives Lernen, Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für alle weiteren psychologischen Modulen
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Soziale Nachhaltigkeit im Kontext von Beratungen.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100 %

Organisation

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart	Turnus	Dauer

Pflichtfach	Jedes Semester	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
keine	5	2
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
45 Std./ 36 %	25 Std./ 20 %	55 Std./ 44 %

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
III.6.1	Methodenkompetenz II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code III.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Methodenkompetenz II
-------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Die Studierenden sind in der Lage:			
<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen, Modelle und Phänomene unterschiedlicher Beratungsansätze zu verstehen und zu interpretieren. • Unterschiedliche Beratungsansätze kritisch zu reflektieren. • Einzel- und Gruppenmethoden lösungsorientiert einzusetzen. • Beratung im Kontext der kollegialen Fallberatung zu reflektieren. • Ihre eigene Biografie zu reflektieren. 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x		
System	x		
Selbst	x	x	x
Sozial	x	x	
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Beratungsansätze: <ul style="list-style-type: none"> ○ Systemischer Ansatz ○ Personenzentrierter Ansatz ○ Verhaltenstherapeutischer Ansatz ○ Lösungs- und ressourcenorientierter Ansatz • Kollegiale Fallberatung • Biografiearbeit • Wertearbeit • Attribution • Selbstkonzept • Methoden der Beratung – Einzel- und Gruppenmethoden • Beratungsprozesse und -abläufe 			

<ul style="list-style-type: none"> • Fragetechniken • Wirkprinzipien von Beratungen
Lehr-/Lernformen Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen
Lehr-/Lernmethoden Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit
Literatur/Lehrmaterial Folgende Literaturhinweise beziehen sich nur auf ausgewählte Basisliteratur. Weitergehende Hinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben. <ul style="list-style-type: none"> • Von Schlippe, A./Schweitzer, J., Lehrbuch der systemischen Therapie und Beratung I: das Grundlagenwissen, Vandenhoeck & Ruprecht, 2016 • Bamberger, G.G., Lösungsorientierte Beratung, Beltz, 2011. • Rogers, C. R., Die klientbezogene Gesprächstherapie, Kindler, 1973 • De Shazer, S., Wege der erfolgreichen Kurztherapie, Klett-Cotta, 1989 • Kriz, J., Systemtheorie, Facultas, 1997 • Ellis, A./Hoellen, B., Die Rational-Emotive Verhaltenstherapie – Reflexion und Neubestimmungen, Klett-Cotta, 2004 • Nestmann, F./Engel, F./Sickendiek, U., Das Handbuch der Beratung, Band 1 und Band 2, dgvt, 2004
Besonderes ---

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	2	nein	3	Deutsch
Workload:				
2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
15 Std. /30 %		10 Std. / 20 %		25 Std. /50 %

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-019	IV.1 Testtheorie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Ziel des Moduls ist es, ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der testtheoretischen und diagnostischen Grundlagen zu schaffen. Diese Grundlagen stellen die Basis für das Verstehen und praktische Anwenden psychologischer Diagnostik in allen ihren Einsatzbereichen dar. Diagnostische Verfahren werden anwendungsbezogen näher beleuchtet und kritisch reflektiert. Dazu werden testtheoretische Grundlagen erörtert, die ein vertieftes Verständnis der Hintergründe psychologischer Messungen ermöglichen. Im Anschluss an die testtheoretischen Grundlagen sollen die Studierenden lernen, einen Fragebogen zu entwickeln, welchen sie auf Basis einer selbst erstellten psychologischen Studie auf verschiedene statistische Kriterien prüfen sollen.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der Diagnostik• Grundlagen der Testtheorie• Für Testkonstruktion relevante Berechnungen mit SPSS
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit praktischen Übungen, Referate, kooperatives Lernen, Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung nötig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K60	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries
--

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.1.1	Testtheorie und Diagnostik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Testtheorie und Diagnostik
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Ziel der Veranstaltung ist es, ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der testtheoretischen und diagnostischen Grundlagen zu schaffen. Diese Grundlagen stellen die Basis für das Verstehen und praktische Anwenden psychologischer Diagnostik in allen ihren Einsatzbereichen dar. Diagnostische Verfahren werden anwendungsbezogen näher beleuchtet und kritisch reflektiert. Dazu werden testtheoretische Grundlagen erörtert, die ein vertieftes Verständnis der Hintergründe psychologischer Messungen ermöglichen. Im Anschluss an die testtheoretischen Grundlagen sollen die Studierenden lernen, einen Fragebogen zu entwickeln, welchen sie auf Basis einer selbst erstellten psychologischen Studie auf verschiedene statistische Kriterien prüfen sollen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Diagnostik • Grundlagen der Testtheorie • Für Testkonstruktion relevante Berechnungen mit SPSS 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Gruppenarbeit, Selbststudium			

Literatur/Lehrmaterial Moosbrugger, H. & Kelava, A. (2012). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion. Springer.
Besonderes -

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 4	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%		Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-020	IV.2 Differentielle Psychologie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Ziel des Moduls ist es, Wissen über die Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie zu erlangen und dessen Bezug zur Praxis in Organisationen zu verstehen. Auf der Basis des Wissens um die Zusammenhänge zwischen Persönlichkeitsmerkmalen eines Menschen und seinem Wirken in einer Organisation sollen die Studierenden die Aufgaben von Wirtschaftspsychologen in einer Organisation kennen- und beurteilen lernen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie (Theorien & die wichtigsten Konstrukte) • Allgemeine Methoden der Persönlichkeitspsychologie • Entwicklung und zielgerichtete Anwendung der Methoden in Organisationen
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung mit praktischen Übungen, Referate, Workshops, Gruppenarbeiten, Selbststudium</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für alle weiteren psychologischen Module
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r		
Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart	Turnus	Dauer
Pflichtfach	Jedes Semester	1 Semester

Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.2.1	Differentielle Psychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Differentielle Psychologie
-----------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Ziel der Veranstaltung ist es, Wissen über die Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie zu erlangen und dessen Bezug zur Praxis in Organisationen zu verstehen. Auf der Basis des Wissens um die Zusammenhänge zwischen Persönlichkeitsmerkmalen eines Menschen und seinem Wirken in einer Organisation sollen die Studierenden die Aufgaben von Wirtschaftspsychologen in einer Organisation kennen- und beurteilen lernen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x	x	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie (Theorien & die wichtigsten Konstrukte) • Allgemeine Methoden der Persönlichkeitspsychologie • Entwicklung und zielgerichtete Anwendung der Methoden in Organisationen 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Gruppenarbeiten, Selbststudium			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> • Asendorpf, J. (2019): Persönlichkeitspsychologie für Bachelor. Berlin: Springer Verlag. • Rauthmann, J. F. (2017): Persönlichkeitspsychologie: Paradigmen – Strömungen - Theorien. Berlin: Springer-Verlag • Nerdinger, F., Blickle, G., Schaper, N. (2019): Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin: Springer Verlag. 			

Besonderes

-

Organisation

ECTS-Punkte 5	SWS 4	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 4	Sprache Deutsch
Workload: 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%		Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-021	IV.3 Management und Controlling

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden die Grundlagen und Instrumentarien der Unternehmensführung zu vermitteln.</p> <p>Die Studierenden sollen nach der Veranstaltung in der Lage sein, die Aufgaben, Betrachtungsweisen, Ebenen und weiteren Aspekte des Management- und Controlling-Funktion zu erläutern. Darüber hinaus werden die Studierenden diverse Instrumente des Managements und Controllings kennenlernen und mittels Übungsaufgaben und Case Studies auf diverse Sachverhalte anwenden.</p> <p>Hierdurch sollen Studierende Handlungskompetenzen entwickelt, welche Sie in der späteren beruflichen Tätigkeit anwenden können.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> o Historische Entwicklung des Managements und Controllings o Begriffsabgrenzungen o Management und Controlling-Konzeptionen o Ziele, Funktionen und Aufgaben o Management und Controlling-Ebenen o Organisationale Aspekte des Managements und Controllings - Strategisches Management und Controlling <ul style="list-style-type: none"> o Grundlagen (Begriffe, Aufgaben, Strategieebenen, strategisches Managementprozess, etc.) o Ausgewählte Instrumente des strategischen Managements und Controllings (Porters-5-Forces, Portfoliokonzepte, Lebenszykluskonzepte, Shareholder-Value Ansätze, BSC, etc.) - Operatives Management und Controlling <ul style="list-style-type: none"> o Grundlagen (Begriffe, Aufgaben, operatives Managementprozess, etc.) <p>Ausgewählte Instrumente des strategischen Managements und Controllings (DB-Rechnung, Budgetierung, ABC-Analysen, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, etc.)</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Interaktive Vorlesung mit Übungen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme existieren nicht. Die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen Grundlagen, Mathematik und Rechnungswesen werden vorausgesetzt.
Vorbereitung für das Modul	Vgl. die Literaturangaben im Manuskript zu den Lehrveranstaltungen.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Grundsätzlich bestehen Zusammenhänge und Verbindungen zu allen betriebswirtschaftlichen Veranstaltungen
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

<p>Inhalte</p> <p>Wechselwirkungen zwischen dem strategischen und operativen Management auf der einen Seite und Nachhaltigkeit und Ökologie auf der anderen Seite.</p>

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 5
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 45 Std. / 36%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 37,5 Std. / 30%	Aufgaben/Gruppenarbeit 42,5 Std. / 34%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.3.1	Management und Controlling

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Management und Controlling
------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Welche auf die konkreten Inhalte bezogenen Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sollen erworben werden? Bitte färben sie den jeweiligen Kasten ein.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x		
Selbst	x	x	
Sozial	x	x	

Inhalte

- Grundlagen
 - o Historische Entwicklung des Managements und Controllings
 - o Begriffsabgrenzungen
 - o Management und Controlling-Konzeptionen
 - o Ziele, Funktionen und Aufgaben
 - o Management und Controlling-Ebenen
 - o Organisationale Aspekte des Managements und Controllings
- Strategisches Management und Controlling
 - o Grundlagen (Begriffe, Aufgaben, Strategieebenen, strategisches Managementprozess, etc.)
 - o Ausgewählte Instrumente des strategischen Managements und Controllings (Porters-5-Forces, Portfoliokonzepte, Lebenszykluskonzepte, Shareholder-Value Ansätze, BSC, etc.)
- Operatives Management und Controlling
 - o Grundlagen (Begriffe, Aufgaben, operatives Managementprozess, etc.)

Ausgewählte Instrumente des strategischen Managements und Controllings (DB-Rechnung, Budgetierung, ABC-Analysen, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, etc.)

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Interaktive Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vortrag, Diskussionen, Case-Studies, Übungen

Literatur/Lehrmaterial

- Skript zur Veranstaltung.
- Amann, K. et al. (aktuelle Auflage). Management und Controlling, Springer Gabler.
- Horvarth, P. (aktuelle Auflage). Controlling, Vahlen.
- Weber, J. & Schäffer, U. (aktuelle Auflage). Einführung in das Controlling, Schäffer Poeschel.

Besonderes

-

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	5	Nein	4	Deutsch

Workload:

5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:

Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
45 Stunden / 36%	37,5 Stunden / 30%	42,5 Stunden / 34%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-022	IV.4 Projektmanagement

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Nach der Teilnahme kennen die Studierenden die zentralen Phasen und Prozesse eines Projekts. Sie sind vertraut, wie die terminlichen Abläufe und Kosten eines Projekts geplant, gesteuert und überwacht werden. Typische Projekt-Teilnehmer, ihre Rollen, Aufgaben, Motivation sind den Studierenden bekannt. Darüber sind die Studierenden in der Lage ein Projektumfeld und die wesentlichen Einflüsse auf ein Projekt zu erkunden.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Wesentliche Werkzeuge und typische Prozesse des klassischen und des agilen Projektmanagements• Kennzeichen von Projekten• Projektphasen mit zugehörigen Aufgaben, Risiken und Methoden des Managements
Lehr-/Lernformen Vorlesung mit praktischen Übungen, Gruppenarbeiten, Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für alle weiteren psychologischen Module
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K45	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries
--

Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.4.1	Projektmanagement

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.4.1	Titel der Lehrveranstaltung Projektmanagement
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele			
Nach der Teilnahme kennen die Studierenden die zentralen Phasen und Prozesse eines Projekts. Sie sind vertraut, wie die terminlichen Abläufe und Kosten eines Projekts geplant, gesteuert und überwacht werden. Typische Projekt-Teilnehmer, ihre Rollen, Aufgaben, Motivation sind den Studierenden bekannt. Darüber sind die Studierenden in der Lage ein Projektumfeld und die wesentlichen Einflüsse auf ein Projekt zu erkunden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Wesentliche Werkzeuge und typische Prozesse des klassischen und des agilen Projektmanagements Kennzeichen von Projekten Projektphasen mit zugehörigen Aufgaben, Risiken und Methoden des Managements 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Gruppenarbeiten, Selbststudium			
Literatur/Lehrmaterial			
<ul style="list-style-type: none"> Litke, H.-D. (2007). Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. München: Hanser. Meredith, J. R. & Mantel, S. J. (2009). Project management - a managerial approach (7th ed.). New York: Wiley. 			

- Bohnic, T. (2006). Projektmanagement. Soft Skills für Projektleiter. Offenbach: Gabal.
- Bruce, A. & Langdon, K. (2000). Project management. London: Dorling: Kindersley.

Besonderes

-

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	4	Deutsch
Workload:				
5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
42 Std. / 33,5%		42 Std. / 33,5%		41 Std. / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-023	IV.5 Wirtschaftspsychologie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Ziel des Moduls ist es, ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der Anwendung psychologischer Inhalte in Unternehmenskontexten und der Wirtschaft zu erlangen. Durch das Kennenlernen verschiedener Anwendungsfelder sollen verschiedene praktische Tätigkeiten kritisch hinterfragt werden. Dabei werden auch theoretische Grundlagen erlernt.
Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Mitarbeiterbefragungen als Instrument der Organisationsentwicklung• Geschichte und Zukunft der Wirtschaftspsychologie (Arbeit 4.0)• Teamentwicklung• Arbeit und Gesundheit• Verhaltensökonomie• Werbung
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit praktischen Übungen, Referate, Workshops, Gruppenarbeiten, Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung notwendig

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Voraussetzung für alle weiteren psychologischen Module
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r		
Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart	Turnus	Dauer

Pflichtfach	Jedes Semester	1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 4
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.5.1	Wirtschaftspsychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Wirtschaftspsychologie
------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden sind in der Lage:			
Theoretische Grundlagen der Organisationsentwicklung zu verstehen und zu reflektieren			
Das Instrument der Mitarbeiterbefragung an einem Fallbeispiel praktisch anzuwenden und (simuliert) durchzuführen. Dies erfolgt im Rahmen einer Projektarbeit.			
Die Entwicklung des grundlegenden Verständnisses von Blickwinkeln auf menschliche Arbeitskraft zu hinterfragen und Beziehungen zu aktuellen Entwicklungen, sowie deren Anwendungen herzustellen			
Praktische Ansätze zur (erlebnispädagogischen) Umsetzung von Teamentwicklung in der Praxis kritisch zu reflektieren			
Beziehungen zwischen Arbeit und Gesundheit, insbesondere in Bezug auf durch Stress ausgelöste psychische Belastungen und Störungen zu verstehen			
Grundlegende Prozesse der Verzerrungen von Urteilen durch Heuristiken zu hinterfragen und Anwendungsfelder in der Konsumenten- und Werbepsychologie zu erkennen			
Grundlegende psychologische Strategien der Werbung zur Einstellungsänderung zu reflektieren, sowie Techniken zur Gestaltung und Inhalten von Werbung und Produkten zu verstehen			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x		
Selbst	x	x	x
Sozial	x		x

Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Organisationsentwicklung • Mitarbeiterbefragungen planen und durchführen • Follow-up Prozesse gezielt steuern • Vergangenheit und Zukunft der Arbeits- und Organisationspsychologie • Arbeit 4.0 • Agilität und Arbeit 4.0 • Teams und ihre Entwicklung • Arbeit und Gesundheit, Occupational Health Psychology • Stressabhängige körperliche Beschwerden, Störungen durch Substanzkonsum, Alkoholmissbrauch und –abhängigkeit, Depressive Störungen • Urteilen und Entscheiden • Werbe- und Konsumentenpsychologie • Strategie und Technik der Werbung
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, Projektarbeit durch Fallstudien
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Felser, G. (2015) Werbe- und Konsumentenpsychologie (4. Aufl.). Heidelberg: Springer. • Kauffeld, S. (2019) Arbeits-, Organisations- u. Personalpsychologie. Berlin: Springer. • Werther, S. & Bruckner, L. (2018). Arbeit 4.0 aktiv gestalten. Berlin: Springer. • Kroeber-Riel, W. & Esch, F.-R. (2016) Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse (8. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer. • Bungard, W., Müller, K. & Niethammer, C. (2007). Mitarbeiterbefragung- was dann...?. MAB und Folgeprozesse erfolgreich gestalten. Heidelberg: Springer. • Wittchen, H.-U. & Hoyer, J. (2006) Klinische Psychologie & Psychotherapie. Heidelberg: Springer. • Bröder, A. & Hilbig, B.E. (2017). Urteilen und Entscheiden. In J. Müsseler & M. Rieger (Hrsg.) Allgemeine Psychologie (3. Aufl.). Berlin: Springer.
Besonderes -

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
5	4	Nein	4	Deutsch
Workload:				
5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz/ Kontakt		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
42 Std. / 33,5%		42 Std. / 33,5%		41 Std. / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-024	IV.6 Methodenkompetenz III

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Gefördert werden soll die Konfliktlösungskompetenz, durch ausgewählte Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charakteristika der zwischenmenschlichen Kommunikation kennen und für die effektive Gestaltung von Beziehungen berücksichtigen. • Gründe, Anlässe, Erscheinungsformen von interpersonellen und sozialen Konflikten und Auswirkungen von Konflikten kennen und diagnostizieren können. • die Bedeutung einer aktiven Konfliktsteuerung für Unternehmen und Organisationen sowie Formen der konstruktiven Konfliktsteuerung erläutern. • eine grundlegende Verhandlungs- und Konfliktlösungskompetenz erwerben und üben. • Beratungsabläufe zu verstehen und selbständig anzuwenden. • Auftragsklärungen vorzunehmen. • Eigene Beratungen zu reflektieren.
<p>Inhalte</p> <p>In allen Bereichen der menschlichen Zusammenarbeit in Organisationen ist es notwendig, miteinander zu kommunizieren. Um Kommunikationsbeziehungen auf Dauer erfolgreich gestalten zu können, sind neben theoretischen Kenntnissen der aktuellen Kommunikations- und Konfliktforschung zusätzlich die Beherrschung situativ angemessener Verhandlungs- und Konfliktlösungstechniken unabdingbar.</p> <p>Beratungsabläufe folgen verschiedenen Phasen. Mittels unterschiedlicher Methoden und Werkzeuge sowie einer beraterischen Grundhaltung verlaufen die Phasen in einer Beratung sehr individuell. Daher ist es wichtig, die Phasen kennenzulernen und die dazugehörigen Methoden und Werkzeuge. Hierbei ist es unabdingbar die Beratungsabläufe zu reflektieren und die Qualität durch kollegiale Fallberatungen zu gewährleisten.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung, Erarbeiten von Fallstudien, Rollenspiele, Lehrfilme (Modell-Lernen), praktische Übungen, Gruppenarbeit</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	keine
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 5	Präsenz in SWS 3
Workload 5 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 125 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt z.B. 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium z.B. 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit z.B. 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
IV.6.1	Mediation
IV.6.2	Beratungsmethoden

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code IV.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Mediation
------------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Förderung der Konfliktlösungskompetenz durch:			
<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsgrundlagen kennen und konfliktmindernde Kommunikationstechniken kennen und anwenden können • Entstehung und Verlauf von Konflikten erkennen und diagnostizieren • das Harvard-Verhandlungskonzept kennen und selbst anwenden können • Grundsätze, Verfahren und Vorgehensweisen der Wirtschaftsmediation beschreiben und erläutern • Funktion und Bedeutung außergerichtlicher Verfahren der Streitbeilegung innerhalb von Unternehmen verstehen 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System			
Selbst	x	x	x
Sozial	x	x	x

Inhalte
Dieses Modulelement soll den Studierenden, ausgehend von den Grundlagen der Kommunikationsforschung, die Entstehung, den Verlauf sowie die Lösungsmöglichkeiten von Konflikten vermitteln. Im Vordergrund steht dabei der Erwerb einer grundlegenden Verhandlungs- und Konfliktlösungskompetenz. Zusätzlich werden die Grenzen der bilateralen Konfliktlösung aufgezeigt und am Beispiel der Wirtschaftsmediation Möglichkeiten außergerichtlicher Streitbeilegung beleuchtet.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)
Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)
Vorlesung, Rollenspiele, praktische Übungen, Lehrfilme, Fachtexte mit strukturierten Leitfragen
Literatur/Lehrmaterial
<ul style="list-style-type: none"> • Das Harvard-Konzept - Fisher, Ury, Patton, Verlag Campus • Die Psychologie des Überzeugens - Cialdini, Robert, Verlag Hans Huber • Handbuch Mediation - Haft / Schlieffen, Verlag C. H. Beck • Konfliktmanagement - Glasl, Friedrich, Verlag Freies Geistesleben • Werkstattbuch Mediation – Diez / Krabbe / Engler, Verlag Centrale für Mediation • Wirtschaftsmediation - Risse, Jörg, Verlag C. H. Beck
Besonderes
-

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
4	2	Nein	4	Deutsch 4
Workload:				
4 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 100 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
32 Stunden / 32%	18 Stunden / 18%		50 Stunden / 50%	

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
IV.6.2	Beratungsmethoden

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)

Die Studierenden sind in der Lage:

- Beratungsabläufe zu verstehen.
- Beratungsabläufe zu reflektieren.
- Methoden der unterschiedlichen Beratungsansätze anzuwenden.
- Methoden der unterschiedlichen Beratungsansätze zu reflektieren.
- Ihre Beratung selbständig durch die kollegiale Fallberatung zu reflektieren.

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	
System	x		
Selbst	x	x	x
Sozial	x	x	x

Inhalte

- Phasen der Beratung
- Methoden und Werkzeuge in den einzelnen Phasen der Beratung
- Methoden zur Selbstreflexion
- Anliegen und Auftragsklärung einer Beratung
- Methoden der Synchronisation
- Kollegiale Fallberatung

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Praxisorientierte Vorlesung mit Übungen, Selbststudium, kooperatives Lernen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)

Vorlesung, Rollenspiele, praktische Übungen, Gruppenarbeit

Literatur/Lehrmaterial

- Nestmann, F./Engel, F./Sickendiek, U., Das Handbuch der Beratung, Band 1 und Band 2, dgvt, 2004.
- Tietze, K. O., Kollegiale Beratung: Problemlösungen gemeinsam entwickeln, Rowohlt Verlag, 2010
- Sicken.diek, U./Engel, F./Nestmann, F., Beratung: Eine Einführung in sozialpädagogische und psychosoziale Beratungsansätze, Beltz Juventa, 1999.

Besonderes

-

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
1	1	Nein	4	Deutsch 4
Workload:				
1 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 25 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
7,5 Stunden / 30%		5 Stunden / 20%		12,5 Stunden / 50%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-025	V.1 Praktisches Studiensemester

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Die Studierenden erkennen betriebliche Abläufe und sind in der Lage, sich in diese Abläufe einzugliedern. Die Studierenden sind in der Lage, die Erfahrungen mündlich und schriftlich wiederzugeben.
Inhalte Im praktischen Studiensemester sollen in einem Betrieb praktische Erfahrungen und Kenntnisse zur Ergänzung und Vertiefung der Lehrinhalte erworben werden. Während des Praktikums lernen die Studierenden das Unternehmen kennen, gliedern sich in die Hierarchie und die jeweilige Abteilung ein. Der Studierende führt praktische Tätigkeiten im Unternehmen aus und lernt aufgrund seiner Aufgaben Entscheidungen fachlich adäquat zu treffen. Er bekommt einen Überblick über unternehmensspezifische Abläufe und kann diese darstellen. Die Studierenden bearbeiten entweder selbständig oder unter Anleitung eines Mitglieds des Unternehmens ein Projekt oder sind als Mitglied in einem Team für Teilaufgaben in einem Projekt tätig und verantwortlich. Dabei machen sie erste Erfahrungen in der Praxis sowohl fachlich als auch im Hinblick auf Handlungskompetenzen. Der Studierende erstellt einen Bericht über den Verlauf des praktischen Studiensemesters.
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Betreuung im Unternehmen sowie durch eine/n Professor/in der HfWU.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte Studierende erhalten einen ganzheitlichen Einblick in die Abläufe eines Unternehmens.

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
Siehe Praktikumsrichtlinien	

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 20	Präsenz in SWS 0
Workload 20 x 25 Stunden = 500 Stunden, einschließlich Arbeitszeit im Unternehmen		
Präsenz/ Kontakt 90%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit 10%

Modulbeschreibung

Code 424-026	Modulbezeichnung V.2 Theoretische Arbeit im praktischen Studiensemester
-------------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

Qualifikationsziele Anwendung wissenschaftlicher Methoden auf eine praxisorientierte Fragestellung, die in der Regel während des praktischen Studiensemesters bearbeitet wird.
Inhalte Das Thema ist mit der betreuenden Person im Unternehmen und der betreuenden Person (Fachvertreter/in) in der Hochschule abzustimmen.
Lehr-/Lernformen Selbstständige Ausarbeitung und Präsentation einer theoretischen Arbeit. Betreuung im Unternehmen sowie durch eine/n Professor/in der HfWU im Begleitseminar.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte -

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
StA	100

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Jan Christopher Pries		
Modulart Pflichtfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester

Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 10	Präsenz in SWS 2
Workload 10 ECTS x 25 Stunden = 250 Stunden		
Präsenz/ Kontakt 5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit 95%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
V.2.1	Praktikantenbegleitseminar

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code V.2.1	Praktikantenbegleitseminar
----------------------	-----------------------------------

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	X	
System	x	X	
Selbst		X	x
Sozial			x
Inhalte Das Praktikantenbegleitseminar dient einerseits zur Vorbereitung auf das Praktikum. Andererseits dient das Seminar dazu, die theoretische Ausarbeitung zu präsentieren und zu diskutieren. Ansonsten steht vor allem der Erfahrungsaustausch zwischen den Studierenden im Vordergrund. Die gegenseitige Information über Inhalte und Anforderungen des Praktikums selbst sowie über den Praktikumsarbeitgeber verbessert das Wissen der Studierenden in Bezug auf spätere Arbeitsplätze und potentielle Arbeitgeber.			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Informationspräsentationen, Präsentation und Diskussion			
Literatur/Lehrmaterial -			
Besonderes -			

Organisation

ECTS-Punkte 10	SWS 2	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache Deutsch
Workload: 10 x 25 Stunden = 250 Stunden, einschließlich Arbeitszeit im Unternehmen				
Präsenz 5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit 95%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-054	VI.1 Personalpsychologie und -diagnostik

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden verstehen wichtige psychologische Aspekte des Personalmanagements und können Sie bewerten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Verhaltensweisen von Mitarbeitern zu erklären und entsprechende Anforderungen an das Personalmanagement abzuleiten. Studierende können Kriterien an das Personalmanagement formulieren, die zu einer optimalen Passung zwischen Anforderungen von Mitarbeitern und Unternehmen führen.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalmarketing • Kompetenzen und Anforderungsanalyse • Auswahl von Personal • Laufbahngestaltung und Talent-Management • Prozess und Methoden der Personalentwicklung • Internationaler Personaleinsatz • Arbeit und Gesundheit – Betriebliches Gesundheitsmanagement • Gestaltung von HR-Strukturen und –Prozessen • Trennung vom Unternehmen • Herausforderung Demografie und Wandel der Arbeitsgesellschaft
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Interaktive Vorlesung mit Gruppenarbeiten</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	
Vorbereitung für das Modul	

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90 + StA	50% + 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dana Müller		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 4
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz 80 Stunden / 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 54 Stunden / 27%	Aufgaben/Gruppenarbeit 66 Stunden / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.1.1	Personalpsychologie und -diagnostik

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.1.1	Titel der Lehrveranstaltung Personalpsychologie und -diagnostik
-----------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden verstehen wichtige psychologische Aspekte des Personalmanagements und können Sie bewerten. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Verhaltensweisen von Mitarbeitern zu erklären und entsprechende Anforderungen an das Personalmanagement abzuleiten. Studierende können Kriterien an das Personalmanagement formulieren, die zu einer optimalen Passung zwischen Anforderungen von Mitarbeitern und Unternehmen führen.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	x
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Personalmarketing • Kompetenzen und Anforderungsanalyse • Auswahl von Personal • Laufbahngestaltung und Talent-Management • Prozess und Methoden der Personalentwicklung • Internationaler Personaleinsatz • Arbeit und Gesundheit – Betriebliches Gesundheitsmanagement • Gestaltung von HR-Strukturen und –Prozessen 			

<ul style="list-style-type: none"> • Trennung vom Unternehmen • Herausforderung Demografie und Wandel der Arbeitsgesellschaft
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Interaktive Vorlesung mit Gruppenarbeiten
Literatur/Lehrmaterial Kauffeld, S. (Hrsg.) (2014): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. 2. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer; Marcus, B. (2011): Personalpsychologie. Wiesbade: VS Verlag für Sozialwissenschaften; Schuler, H./Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014): Lehrbuch der Personalpsychologie. 3. Auflage, Göttingen: Hogrefe; Weinert, A. (2015): Organisations- und Personalpsychologie. 6. Aufl. Weinheim: Beltz.
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
8	4	Nein	6/7	Deutsch
Workload: 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit
80 Stunden / 40%		54 Stunden / 27%		66 Stunden / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-055	VI.2 Psychologie der Führung

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwerben Wissen über Theorien der Führung • reflektieren die Einflüsse und Grenzen der Führung • sind in der Lage Führungsinstrumente zu strukturieren und anzuwenden • können psychologische Theorien aus der Persönlichkeits- und Sozialpsychologie auf den Führungskontext übertragen
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Aufgaben und Erfolgskriterien von Führung • Die Führungskraft • Führungsstile und Führungsverhalten • Führung von unten • Führungsinstrumente • Eine kritische Sicht auf Führung • Führungskräfteentwicklung
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung mit Gruppendiskussionen, Gruppenarbeiten, Rollenspielen und Fallanalysen. Selbststudium zu A&O-Psychologie zusammenhängen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90) + StA	50% + 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dana Müller		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 4
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 250 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.2.1	Psychologie der Führung

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Psychologie der Führung
------------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden			
<ul style="list-style-type: none"> erwerben Wissen über Theorien der Führung reflektieren die Einflüsse und Grenzen der Führung sind in der Lage Führungsinstrumente zu strukturieren und anzuwenden können psychologische Theorien aus der Persönlichkeits- und Sozialpsychologie auf den Führungskontext übertragen 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> Ziele, Aufgaben und Erfolgskriterien von Führung Die Führungskraft Führungsstile und Führungsverhalten Führung von unten Führungsinstrumente Eine kritische Sicht auf Führung Führungskräfteentwicklung 			

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung mit Gruppendiskussionen, Gruppenarbeiten, Rollenspielen und Fallanalysen. Selbststudium zu A&O-Psychologie zusammenhängen
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vorlesung mit Gruppendiskussionen, Gruppenarbeiten, Rollenspielen und Fallanalysen
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Felfe, J. (2009). Mitarbeiterführung. Göttingen Bern Wien: Hogrefe. • Felfe, J. & Pundt, F. (2014). Führungskräfte trainings: Mit Arbeitsmaterialien und Fallbeispielen. Göttingen: Hogrefe. • Kaudela-Baum, S., Nagel, E., Bürkler, P. & Glanzmann, V. (Hrsg.). (2018). Führung lernen. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. • Kauffeld, S. (Hrsg.). (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. • Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
Besonderes -

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
8	4	Nein	6/7	Deutsch oder Englisch
Workload:				
8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
80 Stunden / 40%	54 Stunden / 27%		66 Stunden / 33%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-056	VI.3 Organisationspsychologie

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Die Studierenden kennen grundlegende Konzepte über das Erleben und Verhalten des Menschen in Organisationen. Sie sind in der Lage, organisationspsychologische Methoden (z.B. Organisationsdiagnose) und Konzepte miteinander zu verknüpfen. Des Weiteren beherrschen die Studierenden die wichtigsten Fachbegriffe, Modelle und Methoden der Organisationspsychologie und können diese auf konkrete Problemstellungen anwenden.</p>
<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgabengebiete der Organisationspsychologie 2. Organisationstheorien 3. Arbeit im 21. Jahrhundert: Agile Arbeitsformen 4. Lernende Organisation 5. Psychologie diverser und global verteilter Teams 6. (Globales) Talent Management 7. Messung und Veränderung von Unternehmenskultur 8. Leistung und Leistungsbeurteilung 9. Perspektive der positiven Psychologie auf Organisationen
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Interaktive Vorlesung mit Gruppenarbeiten</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	Arbeits- Personal- und Organisationspsychologie

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	Arbeits- Personal- und Organisationspsychologie
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K90 + StA	50% + 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dana Müller		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 4
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz 80 Stunden / 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 54 Stunden / 27%	Aufgaben/Gruppenarbeit 66 Stunden / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.3.1	Organisationspsychologie

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.3.1	Titel der Lehrveranstaltung Organisationspsychologie
------------------------------	---

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Die Studierenden kennen grundlegende Konzepte über das Erleben und Verhalten des Menschen in Organisationen. Sie sind in der Lage, organisationspsychologische Methoden (z.B. Organisationsdiagnose) und Konzepte miteinander zu verknüpfen. Des Weiteren beherrschen die Studierenden die wichtigsten Fachbegriffe, Modelle und Methoden der Organisationspsychologie und können diese auf konkrete Problemstellungen anwenden.			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	x
Selbst	x	x	
Sozial			
Inhalte			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgabengebiete der Organisationspsychologie 2. Organisationstheorien 3. Arbeit im 21. Jahrhundert: Agile Arbeitsformen 4. Lernende Organisation 5. Psychologie diverser und global verteilter Teams 6. (Globales) Talent Management 7. Messung und Veränderung von Unternehmenskultur 8. Leistung und Leistungsbeurteilung 			

9. Perspektive der positiven Psychologie auf Organisationen
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Interaktive Vorlesung mit Gruppenarbeiten
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> • Heinz Schuler (Hrsg.): Lehrbuch Organisationspsychologie. Huber, Bern • Ansfried B. Weinert: Organisations- und Personalpsychologie. Weinheim • Friedemann W. Nerdinger, Gerhard Blickle, Niclas Schaper: Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer, Berlin
Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
8	4	Nein	6/7	Deutsch
Workload: 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 80 Stunden / 40%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 54 Stunden / 27%		Aufgaben/Gruppenarbeit 66 Stunden / 33%

Modulbeschreibung

Code 424-057	Modulbezeichnung VI.4 Change Management
-------------------------------	--

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennen aktuelle Formen des Unternehmertums als Antworten auf die Herausforderungen von heute • Lernen aktuelle Ansätze von Managementmethoden und Organisationsentwicklung vertiefend kennen und reflektieren sie kritisch. • Wenden das Gelernte auf die persönliche Passung an. • Reflektieren Auswirkungen auf Mikro-, Meso- und Makroebene
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen New Work • Überblick Managementtechniken • Ausgewählte Tools der Organisationsentwicklung
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Interaktive Zoomkonferenz (1,5 Std. Kick-Off, 2-tägige Blöcke I und II), Co-kreativem Lernen, Selbststudium, Gastreferenten mit Praxisbeispielen aus Unternehmen</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90) + StA	50% + 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dana Müller		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester

Zulassungsvoraussetzungen	ECTS-Punkte	Präsenz in SWS
keine	8	4
Workload		
8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 250 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
42 Std. / 33,5%	42 Std. / 33,5%	41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.4.1	Change Management

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code	Titel der Lehrveranstaltung
VI.4.1	Change Management

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
<ul style="list-style-type: none"> • Kennen aktuelle Formen des Unternehmertums als Antworten auf die Herausforderungen von heute • Lernen aktuelle Ansätze von Managementmethoden und Organisationsentwicklung vertiefend kennen und reflektieren sie kritisch. • Wenden das Gelernte auf die persönliche Passung an. • Reflektieren Auswirkungen auf Mikro-, Meso- und Makroebene 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen New Work • Überblick Managementtechniken • Ausgewählte Tools der Organisationsentwicklung 			
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)			
Interaktive Zoomkonferenz (1,5 Std. Kick-Off, 2-tägige Blöcke I und II), Co-kreativem Lernen, Selbststudium, Gastreferenten mit Praxisbeispielen aus Unternehmen			
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)			
Breakout Sessions, Walk Talk, podcasts, Team Reflexion, Simulation			
Literatur/Lehrmaterial			
Pflichtlektüre			
<ul style="list-style-type: none"> • Edmonson, Amy (2009). Psychological Safety and Learning Behaviour in Work Teams. In:Administrative Science Quarterly 44(2), pp. 350-383. 			

- Kühl, Stefan (2017). Der Mythos des demokratischen Unternehmens. In: Weiterbildung 2(2018), S.24-27.
- Wimmer, Rudolf; Schumacher, Thomas (2019). Der Trend zur hierarchiearmen Organisation. Zur Selbstorganisationsdebatte in einem radikal veränderten Umfeld. In: Organisationsentwicklung 2(2019), S. 12-17.

Besonderes

Gastreferenten/innen, kreativer CP Erwerb

Organisation

ECTS-Punkte 8	SWS 4	Gruppeneinteilung Nein	Empfohlenes Fachsemester 6/7	Sprache Deutsch oder Englisch
Workload: 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz 80 Stunden / 40%		Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 54 Stunden / 27%		Aufgaben/Gruppenarbeit 66 Stunden / 33%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-058	VI.5 Markt- und Werbepsychologie I

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Studierende können nach Abschluss dieses Moduls somit komplexere Zusammenhänge des Konsumentenverhaltens verstehen und entsprechende Marketingstrategien kritisch bewerten bzw. Verbesserungen herbeizuführen</p>
<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung wird verschiedene Fokusse haben, die getrennt oder auch miteinander verwoben diskutiert werden. Folgende Inhalte sollen hierbei vermittelt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fokus Erfahrungswirklichkeiten: <ul style="list-style-type: none"> ○ Wie verändert sich unser Konsumverhalten im Laufe unseres Lebens oder aufgrund von Normen oder Kultureinflüsse? ○ Wie treffen wir Kaufentscheidungen? • Fokus Medienwirklichkeit: <ul style="list-style-type: none"> ○ Wie beeinflussen uns Medien? Welche Wirklichkeiten werden durch diese erschaffen? ○ Was machen Influencer, Guerilla-Marketing oder Marketing mit Memes so erfolgreich? • Welche Bedeutung hat dies alles für entsprechende (multichannel) Werbestrategien? Wie kann man sich erfolgreich positionieren?
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung und seminaristischer Unterricht</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	-
Vorbereitung für das Modul	-

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	-
Einsatz in anderen Studiengängen	-

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K(90) + StA	50% + 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dana Müller		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 4
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 250 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.5.1	Markt- und Werbepsychologie I

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.5.1	Titel der Lehrveranstaltung Markt- und Werbepsychologie I
------------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3) Studierende können nach Abschluss dieses Moduls somit komplexere Zusammenhänge des Konsumentenverhaltens verstehen und entsprechende Marketingstrategien kritisch bewerten bzw. Verbesserungen herbeizuführen			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach			
System			
Selbst			
Sozial			
Inhalte Die Veranstaltung wird verschiedene Fokusse haben, die getrennt oder auch miteinander verwoben diskutiert werden. Folgende Inhalte sollen hierbei vermittelt werden:			
<ul style="list-style-type: none"> • Fokus Erfahrungswirklichkeiten: <ul style="list-style-type: none"> ○ Wie verändert sich unser Konsumverhalten im Laufe unseres Lebens oder aufgrund von Normen oder Kultureinflüsse? 			

<ul style="list-style-type: none"> ○ Wie treffen wir Kaufentscheidungen? ● Fokus Medienwirklichkeit: <ul style="list-style-type: none"> ○ Wie beeinflussen uns Medien? Welche Wirklichkeiten werden durch diese erschaffen? ○ Was machen Influencer, Guerilla-Marketing oder Marketing mit Memes so erfolgreich? ● Welche Bedeutung hat dies alles für entsprechende (multichannel) Werbestrategien? Wie kann man sich erfolgreich positionieren?
Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5) Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6) Vortrag, Diskussionen, Übungen, Fallanalysen, Gruppenarbeit, Referate
Literatur/Lehrmaterial <ul style="list-style-type: none"> ● Kröber-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11.Aufl.). München: Vahlen. ● Solomon, M.R. (2016). Konsumentenverhalten (11. Auflage). Hallbergmoos: Pearson. ● Sowie ausgewählte Artikel, die während der Veranstaltung bekannt gegeben werden.
Besonderes Online-Anteil, ggf. Gastreferenten/innen (noch in Absprache)

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
8	4	Nein	6/7	Deutsch oder Englisch
Workload:				
8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
80 Stunden / 40%	54 Stunden / 27%		66 Stunden / 33%	

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-059	VI.6 Markt- und Werbepsychologie II

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Studierende sind nach dem Modul in der Lage Konsumentenverhalten aus verschiedenen Perspektiven zu erklären. Sie kennen Modelle zur Kundenzufriedenheit, wie z.B. das KANO Modell. Daraus ableitend können sie unter psychologischen Gesichtspunkten den Erfolg eines entsprechenden Unternehmens erklären.</p> <p>Aufbauend auf den Inhalten der Vertiefung Markt- und Werbepsychologie I mit Fokus auf verschiedenen Zielgruppen und Social Media Strategien sind Studierende in der Lage Markenstrategien zu entwickeln und die richtige Markenführung abzuleiten. Hierbei ist es ihnen möglich Modelle zu Kaufentscheidungen einfließen zu lassen. Zusätzlich werden Studierende befähigt eine Marktforschungsstudie eigenständig durchzuführen, mit Fokus auf Feldarbeit, Datenauswertung und Ergebnisaufbereitung.</p>
<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entstehung von Kundenzufriedenheit, entsprechende Kundenzufriedenheitsmodelle (z.B. KANO Modell) und Kundenbindung • B2C-Marketing: Kundenverhalten, Kaufverhalten, Kaufentscheidungen (Rational-Choice Theorie, Prospect-Theorie, Priming and Nudging) • Markenführung • Praktische Weiterführung der Marktforschungsstudie aus Vertiefung der Markt- und Werbepsychologie I
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung mit Übungen, kooperatives Lernen, praktisches Arbeiten Selbststudium.</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Vertiefung Markt- und Werbepsychologie I
Vorbereitung für das Modul	Keine Vorbereitung erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	--
Einsatz in anderen Studiengängen	--

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
--

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
K (90) / StA	50% / 50%

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dana Müller		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen Vertiefung der Markt- und Werbepsychologie I	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 4
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:		
Präsenz/ Kontakt 42 Std. / 33,5%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 42 Std. / 33,5%	Aufgaben/Gruppenarbeit 41 Std. / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VI.6.1	Markt- und Werbepsychologie II

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VI.6.1	Titel der Lehrveranstaltung Markt- und Werbepsychologie II
------------------------------	---

Ausgestaltung

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Studierende sind nach dem Modul in der Lage Konsumentenverhalten aus verschiedenen Perspektiven zu erklären. Sie kennen Modelle zur Kundenzufriedenheit, wie z.B. das KANO Modell. Daraus ableitend können sie unter psychologischen Gesichtspunkten den Erfolg eines entsprechenden Unternehmens erklären.</p> <p>Aufbauend auf den Inhalten der Vertiefung Markt- und Werbepsychologie I mit Fokus auf verschiedenen Zielgruppen und Social Media Strategien sind Studierende in der Lage Markenstrategien zu entwickeln und die richtige Markenführung abzuleiten. Hierbei ist es ihnen möglich Modelle zu Kaufentscheidungen einfließen zu lassen.</p> <p>Zusätzlich werden Studierende befähigt eine Marktforschungsstudie eigenständig durchzuführen, mit Fokus auf Feldarbeit, Datenauswertung und Ergebnisaufbereitung.</p>

Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	
Selbst	x		
Sozial	x		

Lerninhalte:

- Entstehung von Kundenzufriedenheit, entsprechende Kundenzufriedenheitsmodelle (z.B. KANO Modell) und Kundenbindung
- B2C-Marketing: Kundenverhalten, Kaufverhalten, Kaufentscheidungen (Rational-Choice Theorie, Prospect-Theorie, Priming and Nudging)
- Markenführung
- Praktische Weiterführung der Marktforschungsstudie aus Vertiefung der Markt- und Werbepsychologie I

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)
Vorlesung mit Übungen

Lehr-/Lernmethoden (vgl. Leitfaden Punkt 6)
Vorlesung mit Übungen, kooperatives Lernen, Selbststudium, Gruppenarbeit

Literatur/Lehrmaterial

Hinterhuber, H. H. & Matzler, K. (Hrsg., 2009): Kundenorientierte Unternehmensführung. Kundenorientierung – Kundenzufriedenheit – Kundenbindung. Wiesbaden (6. Auflage)

Krüger-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11.Aufl.). München: Vahlen.

Koch, J. & Riedmüller, F. (2021). Marktforschung. Grundlagen und praktische Anwendungen. München: De Gruyter Oldenbourg.

Staudacher, J. (2021). Kundenorientierung: Grundlagen, Modelle und Best Practices für eine erfolgreiche Transformation. Wiesbaden: Springer.

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
8	4	Ja	7	Deutsch

Workload:
8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, **mit der folgenden Aufteilung:**

Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium	Aufgaben/Gruppenarbeit
45 Stunden / 22%	115 Stunden / 58%	40 Stunden / 20%

Modulbeschreibung

Code	Modulbezeichnung
424-060	VII.2 Integrative Gesamtschau

Beitrag des Moduls zu den Studienzielen

<p>Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)</p> <p>Wirtschaftspsychologen sind in der Praxis häufig mit neuen Fragestellungen und Sachverhalten konfrontiert. Die Effektivität der damit verbundenen Praktiken gilt es einzuschätzen, um hochwertige Entscheidungen fällen zu können. Dies erfolgt auf Basis der Auseinandersetzung mit dem Ansatz des evidenzbasierten Managements und der dort angewandten Methode, dem Systematic Review.</p> <p>Ziel des Moduls ist die Förderung der Fähigkeit zur Beurteilung und der methodischen Kompetenz durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Kennenlernen und der Diskussion methodischer und managementbezogener Probleme bzgl. der Effektivität von wirtschaftspsychologischen Praktiken • das Kennenlernen des evidenzbasierten Managements und des Systematic Reviews
<p>Inhalte</p> <p>Einführend werden Moden und Mythen in der wirtschaftspsychologischen Praxis vorgestellt. Darüber hinaus werden die Gründe diskutiert, warum in der Praxis wenig auf Nutzennachweise von Managementkonzepten gelegt wird.</p> <p>Anschließend werden die Konzepte des evidenzbasierten Managements und des systematischen Reviews eingeführt. Hierbei geht es darum, diese Kompetenzen durch einen konkreten Anwendungsfall zu vertiefen. Dies erfolgt – je nach Konzept – durch die Erstellung eines rudimentären Systematic Reviews oder ggf. durch die Diskussion mit einem Praktiker.</p>
<p>Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)</p> <p>Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis, Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>

Voraussetzungen für die Teilnahme

Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	
Vorbereitung für das Modul	

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang zu anderen Modulen innerhalb des Studiengangs	
Einsatz in anderen Studiengängen	

Bezüge des Moduls zur Nachhaltigen Entwicklung

Inhalte
-

Prüfungsleistungen (Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten)

Art und Dauer (min)	Anteil %
---------------------	----------

StA	100%
-----	------

Organisation

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dana Müller		
Modulart Wahlfach	Turnus Jedes Semester	Dauer 1 Semester
Zulassungsvoraussetzungen keine	ECTS-Punkte 8	Präsenz in SWS 4
Workload 8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung		
Präsenz 80 Stunden / 40%	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium 54 Stunden / 27%	Aufgaben/Gruppenarbeit 66 Stunden / 33%

Ausgestaltung

Lehrveranstaltungen	
VII.2.1	Integrative Gesamtschau

Beschreibung für die Lehrveranstaltung

Code VII.2.1	Titel der Lehrveranstaltung Integrative Gesamtschau
-------------------------------	--

Ausgestaltung

Qualifikationsziele (vgl. Leitfaden Punkt 3)			
Wirtschaftspsychologen sind in der Praxis häufig mit neuen Fragestellungen und Sachverhalten konfrontiert. Die Effektivität der damit verbundenen Praktiken gilt es einzuschätzen, um hochwertige Entscheidungen fällen zu können. Dies erfolgt auf Basis der Auseinandersetzung mit dem Ansatz des evidenzbasierten Managements und der dort angewandten Methode, dem Systematic Review.			
Ziel des Moduls ist die Förderung der Fähigkeit zur Beurteilung und der methodischen Kompetenz durch:			
<ul style="list-style-type: none"> • das Kennenlernen und der Diskussion methodischer und managementbezogener Probleme bzgl. der Effektivität von wirtschaftspsychologischen Praktiken • das Kennenlernen des evidenzbasierten Managements und des Systematic Reviews 			
Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Fach	x	x	x
System	x	x	x
Selbst	x	x	x
Sozial			
Inhalte			

Einführend werden Moden und Mythen in der wirtschaftspsychologischen Praxis vorgestellt. Darüber hinaus werden die Gründe diskutiert, warum in der Praxis wenig auf Nutzennachweise von Managementkonzepten gelegt wird.

Anschließend werden die Konzepte des evidenzbasierten Managements und des systematischen Reviews eingeführt. Hierbei geht es darum, diese Kompetenzen durch einen konkreten Anwendungsfall zu vertiefen. Dies erfolgt – je nach Konzept – durch die Erstellung eines rudimentären Systematic Reviews oder ggf. durch die Diskussion mit einem Praktiker.

Lehr-/Lernformen (vgl. Leitfaden Punkt 5)

Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis, Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten

Literatur/Lehrmaterial

- Briner, Rob B.; Denyer, David (2012): Systematic Review and Evidence Synthesis as a Practice and Scholarship Tool. In: Denise M. Rousseau (Hg.): The Oxford Handbook of Evidence-Based Management: Oxford University Press.
- Briner, Rob B.; Denyer, David; Rousseau, Denise M. (2009): Evidence-Based Management. Concept Cleanup Time? In: Academy Management Perspectives 23 (4), S. 19–32.
- Briner, Rob B.; Rousseau, Denise M. (2011): Evidence-Based I-O Psychology. Not There Yet. In: Industrial and Organizational Psychology 4, S. 3–22.
- Brodbeck, Felix C. (2008): Evidenzbasiertes (Veränderungs-)Management. Einführung und Überblick. In: OrganisationsEntwicklung (1), S. 4–9.
- Pfeffer, Jeffrey; Sutton, Robert I. (2006): Evidence-based Management. In: Harvard Business Review, S. 63–74.
- Pfeffer, J., & Sutton, R. I. (2006). Hard facts, dangerous half-truths, and total nonsense: Profiting from evidence-based management. Harvard Business Press.
- Rousseau, Denise M. (2006): Is there such a thing as "Evidence-Based-Management"? In: Academy of Management Review 31 (2), S. 256–269.

Besonderes

Organisation

ECTS-Punkte	SWS	Gruppeneinteilung	Empfohlenes Fachsemester	Sprache
8	4	Nein	6/7	Deutsch
Workload:				
8 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 200 Stunden, mit der folgenden Aufteilung:				
Präsenz	Vor-/Nachbereitung/Selbststudium		Aufgaben/Gruppenarbeit	
80 Stunden / 40%	54 Stunden / 27%		66 Stunden / 33%	