



# Modulbeschreibung

**zur Externenprüfungsordnung für  
Wirtschaftspsychologie M.Sc. mit den  
Fachrichtungen Leadership, Business  
Transformation, Human Resource  
Management, Digital Consumer Beha-  
vior sowie Decision Making.**

**Hochschule für Wirtschaft und  
Umwelt Nürtingen – Geislingen**

**gültig ab Wintersemester 2025/26**

# Hinweis

Diese Modulbeschreibung ist als grundlegendes Curriculum für die wirtschaftspsychologischen Studienprogramme der HfWU zu verstehen und bildet die Grundlage für das Genehmigungs- bzw. die Qualitätssicherungsverfahren. D.h. dass Aktualisierungen turnusmäßig nur im Rahmen dieser Verfahren vorgenommen werden. Deshalb können Details, wie z.B. verwendete Literatur, in der Lehrpraxis abweichen. Es gelten die jeweils aktuellen Semesterskripte.

Stand: 18.07.2025

Impressum:

PEMAKO Akademie GmbH  
Kursmanagement für die Studienprogramme Wirtschaftspsychologie M.Sc.  
in Kooperation mit der HfWU/WAF Nürtingen-Geislingen  
Höhenweg 3  
88477 Schwendi  
Finanzamt Biberach/Amtsgericht Biberach

Verantwortlich für den Inhalt:

Herrn Hubertus Högerle (Geschäftsführer)  
Prof. Dr. habil. Rüdiger Reinhardt (Akademischer Leiter)  
Kontakt:  
Telefon: 07353/9845681  
Telefax: 07353/9845680  
E-Mail: [info\(@\)hfwu-wpx.de](mailto:info(@)hfwu-wpx.de)

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 ERSTES SEMESTER .....</b>	<b>5</b>
1.1 Allgemeine Psychologie .....	5
1.2 Sozialpsychologie / Persönlichkeitspsychologie .....	11
1.3 Wirtschaftspsychologie .....	17
1.4 Leadership: Grundlagen und Führungskonzepte .....	23
1.5 Empirische Sozialforschung .....	31
<b>2 ZWEITES SEMESTER.....</b>	<b>37</b>
2.1 Empirische Auswertungsmethoden .....	37
2.2 Projekt- und Prozessmanagement.....	43
<b>FACHRICHTUNG I: LEADERSHIP.....</b>	<b>53</b>
2.3 Exzellente Führung.....	53
Macht und Mikropolitik, Bad Leadership .....	60
2.4 Führungseffektivität .....	66
<b>FACHRICHTUNG II: BUSINESS TRANSFORMATION.....</b>	<b>72</b>
2.5 Change-Management .....	72
2.6 Consulting .....	77
2.7 Coaching.....	83
<b>FACHRICHTUNG III: HUMAN RESOURCE MANAGEMENT .....</b>	<b>89</b>
2.8 Grundlagen des Human Resource Managements .....	89
2.9 Strategisches Human Resource Management .....	95
2.10 Digital Human Resource Management .....	101
<b>FACHRICHTUNG IV: CONSUMER BEHAVIOR.....</b>	<b>107</b>
2.11 Werbepsychologie & Konsumentenverhalten .....	107
2.12 Digitale Erfahrungswelten und Medienwirklichkeiten .....	113

2.13	Digitale Konsumentinnen und Konsumenten.....	119
<b>3</b>	<b>DRITTES SEMESTER .....</b>	<b>125</b>
3.1	Konfliktmanagement - und Verhandlungsführung.....	125
3.2	Wirtschaftspsychologie für die Zukunft.....	129
3.3	Masterthesis .....	133
<b>4</b>	<b>ANLAGE: PRÜFUNGSORDNUNG (AUSSCHNITT) .....</b>	<b>135</b>

## 1 ERSTES SEMESTER

### 1.1 Allgemeine Psychologie

Modulbezeichnung		I.1 Allgemeine Psychologie
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt, Theorien und Konzepte der Allgemeinen Psychologie verstehen, kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Im Mittelpunkt steht hierbei die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen bzw. leistungsrelevanten Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits.</p> <p>Ausgehend vom Grundverständnis der Psychologie als empirische Wissenschaft wird herausgearbeitet, wie sich individuelles Erleben und Verhalten auf die Bereitschaft bzw. Fähigkeit der Leistungserbringung auswirkt.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Beziehungen zwischen Variablen wie Emotion, Interesse, intrinsischer bzw. extrinsischer Motivation und Leistung bzw. Gesundheit verstehen und anhand von Praxisbeispielen erläutern.</li> <li>• die Rolle von positive bzw. negative Erfahrungen bzw. Emotionen bei Gedächtniseffekten benennen und auf entsprechende Praxisprobleme anwenden.</li> <li>• Erklären, warum sich Gedanken und Handlungen nicht "auf Knopfdruck" verändern lassen.</li> <li>• Anhand von Praxisbeispielen erläutern, welche Rolle Leistungsmotivation, Machtmotivation bzw. Anschlussmotivation bei der Leistungserbringung spielen.</li> </ul>
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wahrnehmung</li> <li>• Gedächtnis</li> <li>• Aufmerksamkeit</li> <li>• Denken</li> <li>• Lernen</li> <li>• Emotion</li> <li>• Motivation</li> <li>• Volition</li> </ul>
	Lehr- / Lernformen	Vorlesungen mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
Bezüge zu ...	... anderen Modulen	keine
	... nachhaltiger Ent-	Nachhaltigkeit impliziert effektives und effizientes Führungshandeln bzw. Managemententscheidungen - und somit eine profunde Wissensbasis bzgl. der Grundlagen menschlichen Verhaltens und Erle-

	<b>wicklung</b>	bens. Neben dem Verständnis der allgemeinpsychologischen Grundlagen wird daher Wert auf die Vermittlung von Kenntnissen und Einsichten gelegt, in deren Mittelpunkt die prinzipielle Subjektivität und relative Stabilität menschlicher Wahrnehmung und Informationsverarbeitung, und somit des individuellen Verhaltens stehen. Dieses Wissen stellt somit die Grundlage für spätere Lernprozesse der Studierenden dar, wenn es gilt, ein theoretisch bzw. empirisch gestütztes Verständnis der Veränderbarkeit von individuellem Erleben und Verhalten zu erlangen.
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit
<b>Organisa- tion</b>	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"><li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 8 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 9 angeleitetes Programmieren)</li><li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li></ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		I.1.1 Allgemeine Psychologie I I.1.2 Allgemeine Psychologie II

Lehrveranstaltung		I.1.1 Allgemeine Psychologie I			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Allgemeinen Psychologie, wie Wahrnehmung, Gedächtnis, Aufmerksamkeit, Denken und Lernen.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Leistungserbringung in Organisationen“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Physiologische Grundlagen der Informationsverarbeitung</li> <li>• Aufmerksamkeit und Konzentration</li> <li>• Gedächtnistypen</li> <li>• Beeinflussung der Leistungsfähigkeit des Gedächtnisses</li> <li>• Grundlegende Lerntheorien</li> </ul>			
		<p>Vertiefung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explizite vs. implizite Informationsverarbeitung, Stabilität von Wahrnehmung &amp; Verhalten: Schemata</li> <li>• Psychologische / neurowissenschaftliche Grundlagen des Lernens - insbesondere operantes Lernen, Modelllernen</li> <li>• Lernprozess: Entwicklung des Selbstbilds - Selbstwertgefühls - Implikationen für Annäherungs- und Vermeidungsschemata</li> </ul>			
		Lehr- / Lernformen			
		Präsenz-LV mit Präsentation, Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
Literatur / Lehrmaterial	Literatur / Lehrmaterial	Lehr- / Lernmethoden			
		Präsenz-LV mit Präsentation, Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt. (2017): Allgemeine Psychologie I: Wahrnehmung, Gedächtnis, Aufmerksamkeit, Denken und Lernen (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Becker-Carus (2017): Allgemeine Psychologie, Wiesbaden.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Gerrig, R. J. &amp; Zimbardo, P. G. (2016): Psychologie, 20. Auflage, München.</p> <p>Müsseler, J. (2016): Allgemeine Psychologie, 3. Auflage, Berlin.</p> <p>Myers, D.G. (2014): Psychologie. 3. Auflage, Berlin.</p>			
		Besonderes			

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 3 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		I.1.2 Allgemeine Psychologie II			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Allgemeinen Psychologie, wie Emotion, Motivation und Volition.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Leistungserbringung in Organisationen“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	
		Sozial			
Inhalte		<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Basisemotionen und Emotionstheorien</li> <li>• Bedeutung von Emotionen für kognitive Prozesse</li> <li>• Bedürfnisse, Motive und Motivation</li> <li>• Psychologische Perspektiven der Motivation (u.a. primäre vs. sekundäre Motive; extrinsische vs. intrinsische Motivation, Motivationstheorien)</li> <li>• Evolutionstheoretische Perspektiven der Emotion und Motivation</li> <li>• Motivation und Volition</li> </ul>			
		<p>Vertiefung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Motivationsansätze, z.B. self-determination theory, flow, sense of coherence, Interesse</li> <li>• Leistungs-, Macht- und Anschlussmotivation</li> <li>• Psychologische / neurowissenschaftliche Grundlagen der Emotion, Basisemotionen: leistungsfördernde und -hemmende Aspekte / Annäherungs- vs. Vermeidungssystem</li> <li>• Stärkenorientierte Perspektiven: Psychologisches Kapital (Selbstwirksamkeit, Hoffnung, Optimismus, Resilienz)</li> <li>• Negative Einflüsse: Stress, neg. Lebenserfahrungen, Stimmungen</li> <li>• Fit-Ansätze: Bedürfnisse, Kompetenzen &amp; Leistung</li> </ul>			
		<p>Lehr- / Lernformen</p>			
		<p>Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p>Lehr- / Lernmethoden</p>			
Literatur / Lehrmaterial		<p><b>Literatur</b></p>			
		<p>Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt (2022): Allgemeine Psychologie II: Emotion, Motivation, Volition (Skript / Einführungs- und Begleitskript). Becker-Carus (2017): Allgemeine Psychologie, Wiesbaden.</p>			

		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Gerrig, R. J. &amp; Zimbardo, P. G. (2016): Psychologie, 20. Auflage, München.</p> <p>Müsseler, J. (2016): Allgemeine Psychologie, 3. Auflage, Berlin.</p> <p>Myers, D.G. (2014): Psychologie. 3. Auflage, Berlin.</p>
	<b>Besonderes</b>	
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 1 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## 1.2 Sozialpsychologie / Persönlichkeitspsychologie

Modulbezeichnung		I.2 Sozialpsychologie / Persönlichkeitspsychologie
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt, Theorien und Konzepte der Persönlichkeits- bzw. differentiellen Psychologie sowie der Sozialpsychologie verstehen, kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Im Mittelpunkt steht hierbei die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen bzw. leistungsrelevanten Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits.</p> <p>Im Mittelpunkt steht daher die Befähigung, individuelle Unterschiede einerseits und der Einfluss von Gruppen bzw. Teams andererseits auf die individuelle und kollektive Leistungserbringung zu verstehen und in Anwendungskontexten kritisch diskutieren zu können.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Beziehungen zwischen relevanten Persönlichkeitsmerkmalen und Variablen wie beispielsweise Commitment, Motivation und Leistung bzw. Gesundheit verstehen und anhand von Praxisbeispielen erläutern.</li> <li>• erklären, durch welche Persönlichkeitsmerkmale sich "erfolgreiche" Führungskräfte auszeichnen.</li> <li>• erläutern, wie sich das individuelle Verhalten in Anwesenheit Dritter - von Gruppen bzw. von Teams verändert.</li> <li>• anhand von Praxisbeispielen erläutern, welche Rolle Normen und Werte in Bezug auf die Bereitschaft und Fähigkeit zur Leistungserfüllung spielen.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	<p>Persönlichkeits- bzw. Differentielle Psychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenschaftstheoretische Ansätze</li> <li>• Persönlichkeitstheorien und -konstrukte</li> </ul> <p>Sozialpsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einstellungen &amp; Normen/Werte</li> <li>• Einfluss &amp; Gruppenprozesse</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Online-Vorlesungen mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Keine
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	Nachhaltigkeit impliziert effektives und effizientes Führungshandeln bzw. Managemententscheidungen - und somit eine profunde Wissensbasis bzgl. der Grundlagen menschlichen Verhaltens und Erlebens.

		<p>Vor diesem Hintergrund ist es wichtig nachzuvollziehen zu können, welchen Beitrag Persönlichkeitsmerkmale einerseits und Effekte zwischen Personen, in Gruppen und Teams andererseits in Bezug auf die Leistungsbereitschaft bzw. -fähigkeit aufweisen.</p> <p>Dieses Wissen stellt somit die Grundlage für spätere Lernprozesse der Studierenden dar, wenn es gilt, ein theoretisch bzw. empirisch gestütztes Verständnis der Vorhersage der Leistungsbereitschaft und -fähigkeit zu erlangen. Dies ist insbesondere von Bedeutung, da in der Praxis der Einfluss von Personenmerkmalen oftmals überschätzt und der der Situation oftmals unterschätzt wird.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		S Schriftliche Arbeit
Organisa- tion	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 6 virtuellen Lernraum, 5 angeleitetes Programm-lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>I.2.1 Persönlichkeits- und differentielle Psychologie</p> <p>I.2.2 Sozialpsychologie</p>

Lehrveranstaltung		I.2.1 Persönlichkeits- und differentielle Psychologie			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der differentiellen bzw. Persönlichkeitspsychologie, insbesondere der Beziehung von Persönlichkeitsmerkmalen und Leistung bzw. Führungsverhalten.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Leistungserbringung in Organisationen“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenschaftstheoretische Ansätze</li> <li>• Ausgewählte Persönlichkeitstheorien</li> <li>• Fähigkeitsbezogene Aspekte der Persönlichkeit</li> </ul> <p>Vertiefung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlichkeit und Leistung</li> <li>• Persönlichkeit und Führungserfolg</li> </ul>			
		Online-LV mit Präsentation, Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		Online-LV mit Präsentation, Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt (2022): Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Neyer / Asendorpf (2018): Psychologie der Persönlichkeit, 6. Auflage, Berlin.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Maltby, J. et al. (2011): Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz, 2. Auflage, München.</p> <p>Rauthmann, J.F. (2017): Persönlichkeitspsychologie - Paradigmen – Strömungen – Theorien, Berlin.</p>			
Besonderes		Online-LV			

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		I.2.2 Sozialpsychologie			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Sozialpsychologie, insbesondere der Beziehung von gruppenbezogenen bzw. situativen Merkmalen und Leistung.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Leistungserbringung in Organisationen“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soziale Wahrnehmung</li> <li>• Das Selbst</li> <li>• Sozialer Einfluss</li> <li>• Intragruppenprozesse</li> <li>• Einstellungen</li> <li>• Vorurteile</li> <li>• Aggression und Prosoziales Verhalten</li> </ul> <p>Vertiefung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sozialer Einfluss und Leistung</li> <li>• Sozialer Einfluss und Führungserfolg</li> </ul>			
		Lehr- / Lernformen	Online-LV mit Präsentation, Diskussion und Kleingruppenarbeiten		
		Lehr- / Lernmethoden	Online-LV mit Präsentation, Diskussion und Kleingruppenarbeiten		
		Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur:</b></p> <p>Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt (2020): Sozialpsychologie (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Jonas, K. et al. (2014): Sozialpsychologie: Eine Einführung, 6. Auflage, Heidelberg.</p>		
			<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Aronson, E. et al. (2014): Sozialpsychologie. 8. Auflage, München.</p> <p>Bierhoff, H.W. &amp; Frey, D. (2011): Sozialpsychologie – Individuum und soziale Welt, Göttingen.</p>		
	Besonderes				

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 4 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 3 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

### 1.3 Wirtschaftspsychologie

Modulbezeichnung		I.3 Wirtschaftspsychologie
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt, Theorien und Konzepte der Personalpsychologie und der Organisationspsychologie verstehen, kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Im Mittelpunkt steht hierbei die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen bzw. leistungsrelevanten Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits.</p> <p>Es wird maßgeblich herausgearbeitet, welche Konzepte der Personalpsychologie und der Organisationspsychologie in Zusammenhang mit der individuellen bzw. organisationalen Leistungsfähigkeit stehen. Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Beziehungen zwischen den Phasen des Personalgewinnungsprozesses (Anforderungsanalyse, Personalmarketing, Personalauswahl, Onboarding und Retention Management) und personenbezogener bzw. organisationaler Leistung verstehen und anhand von Praxisbeispielen erläutern.</li> <li>• erklären und begründen, mit Hilfe welcher Methoden sich die Leistung von Mitarbeitern feststellen lässt.</li> <li>• erläutern, wie sich die Kompetenzentwicklung von Organisationsmitgliedern gestalten lässt.</li> <li>• anhand von Praxisbeispielen erläutern, wie veränderbar der Mensch in organisationalen Settings ist – und damit Empfehlungen zur Effektivität von Personalauswahl bzw. Personalentwicklung formulieren zu können.</li> <li>• erklären, welche Beziehungen zwischen Arbeitsmotivation und Arbeitseinstellungen bestehen.</li> <li>• erläutern, welche Zusammenhänge zwischen extraproduktivem und kontraproduktivem Arbeitsverhalten sowie Belastungen in der Praxis auftauchen und diese Zusammenhänge theoretisch erklären.</li> <li>• beschreiben und erklären, wie sich das Arbeitsverhalten beeinflussen lässt?</li> <li>• anhand von Praxisbeispielen erläutern, welche Rolle Anreizsystemen, Low Performance Management, Arbeitsgestaltung, Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenskultur in Bezug auf die Beeinflussung der Leistungsbereitschaft und -fähigkeit zukommt.</li> </ul>
	Inhalte	<p>Personalpsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anforderungsanalyse und Anforderungsprofil, Personalmarketing</li> <li>• Personalauswahl &amp; Eignungsdiagnostik</li> <li>• Onboarding und Retention Management</li> <li>• Leistungsbeurteilung und Mitarbeitergespräch</li> <li>• Personalentwicklung und Outplacement</li> </ul> <p>Organisationspsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsmotivation und Arbeitseinstellungen</li> <li>• Extraproduktives und kontraproduktives Arbeitsverhalten</li> <li>• Belastung, Stress, Burnout</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anreizsysteme und Low Performance Management</li> <li>• Arbeitsgestaltung &amp; Gesundheit</li> <li>• Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenskultur</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Online-Vorlesungen mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Keine
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert ein vertieftes Verständnis von kurzfristigen bzw. langfristigen Perspektiven der Personal- und Unternehmensführung. Vor diesem Hintergrund wird einerseits vermittelt, dass effektive Personalauswahlmethoden oftmals mehr zur organisationalen Leistung beitragen als Personalentwicklungsmaßnahmen, die weit mehr im Vordergrund personal- und organisationspsychologischer Maßnahmen stehen. Auch wird verdeutlicht, dass langfristige Personalbindung nicht erst mit entsprechenden Maßnahmen des Retentionmanagements beginnt, sondern im Bereits zu Beginn des Personalmanagementprozesses, namentlich im Kontext von Maßnahmen des Personalmarketings, der Personalauswahl und der Einarbeitung verortet werden muss.</p> <p>Nachhaltigkeit aus der Sicht der Organisationspsychologie impliziert ein vertieftes Verständnis der Wirksamkeit von Maßnahmen, die die intrinsische bzw. extrinsische Motivation beeinflussen. Dies gilt einerseits für das Thema kurzfristige bzw. langfristige Wirkungen und andererseits für das vertiefte Verständnis des Verdrängungseffekts, also der Reduktion intrinsischer Motivation durch materielle Anreize. Analoges gilt für die Notwendigkeit, die Verhaltenssteuerung durch Arbeits- vs. Psychologische Verträge einschätzen zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		S Schriftliche Arbeit
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 2 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 9 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		I.3.1 Personalpsychologie I.3.2 Organisationspsychologie

Lehrveranstaltung		I.3.1 Personalpsychologie			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Personalpsychologie, wie Personalmarketing, -auswahl, -einführung und -bindung) sowie der Organisationspsychologie.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Individuelle und organisationale Leistungsfähigkeit“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Personalpsychologie, wie Leistungsbeurteilung und Mitarbeitergespräch, Personalentwicklung- und -freisetzung, und der Organisationspsychologie wie.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Individuelle und organisationale Leistungsfähigkeit“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalauswahl</li> <li>• Personalmarketing</li> <li>• Prozess der Personalauswahl</li> <li>• Methoden der Personalauswahl &amp;</li> <li>• Spannungsfeld: Wissenschaftlichkeit vs. Akzeptanz von Personalauswahlverfahren</li> <li>• Onboarding und Retention Management</li> <li>• Personalentwicklung</li> <li>• Leistungsbeurteilung</li> <li>• Mitarbeitergespräch: Grundlagen und Implementierung</li> <li>• Prozess der Personalentwicklung</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Shiran Habekost M.Sc./Hubertus Högerle M.A. (2022): Wirtschaftspsychologie (Skript / Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Nerdingen, F.W., Bickle, G. und Schaper, N. (2019): Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin.</p> <p>Meta-Analyse</p>			

		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Hossiep, R. &amp; Mühlhaus, O. (2015): Personalauswahl und -entwicklung mit Persönlichkeitstests, Göttingen.</p> <p>Kanning, U.P. (2016): Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie, Berlin.</p> <p>Schuler, H. (2014): Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung, Göttingen.</p>
	<b>Besonderes</b>	Online-LV
<b>Organisa-tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 2 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 5 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		I.3.2 Organisationspsychologie I			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Organisationspsychologie, insbesondere in Bezug auf den Zusammenhang zwischen Arbeitsmotivation, Arbeitsverhalten und Leistung.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Individuelle und organisationale Leistungsfähigkeit“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsverhalten &amp; Arbeitsmotivation</li> <li>• Arbeitsmotivation</li> <li>• Arbeitseinstellungen: Arbeitszufriedenheit, Commitment</li> <li>• Extraproduktives Arbeitsverhalten: Organizational Citizenship Behavior</li> <li>• Kontraproduktives Arbeitsverhalten: Low Performance, Absentismus, Fluktuation</li> <li>• Belastung, Stress, Burnout</li> <li>• Arbeits- vs. Psychologische Verträge</li> <li>• Arbeitsgestaltung &amp; Gesundheit</li> <li>• Arbeitgeberattraktivität und Unternehmenskultur</li> </ul>			
		<p><b>Lehr- / Lernformen</b></p> <p>Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p><b>Lehr- / Lernmethoden</b></p> <p>Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p><b>Literatur</b>            Shiran Habekost M.Sc./Hubertus Högerle M.A. (2022):            Nerdinger, F.W., Blickle, G. und Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin.            Meta-Analyse</p> <p><b>Empfehlungen</b>            Schuler, H. &amp; Moser, K (2013): Lehrbuch Organisationspsychologie 5. Auflage, Bern.            Spieß, E. &amp; von Rosenstiel, L. (2010): Organisationspsychologie: Basiswissen, Konzepte und Anwendungsfelder, Düsseldorf.            Comelli, G., von Rosenstiel, L. &amp; Nerdinger, F.W. (2014): Führung durch Motivation: Mitarbeiter für die Ziele des Unternehmens gewinnen, 5. Auflage, Stuttgart.            von Au, C. (2017): Anreizsysteme für Leadership-Organisationen:</p>			

		<p>Employer Branding und Anreizsysteme der Next Practice, Berlin.</p> <p>Pink, D.H. (2010): Drive: Was Sie wirklich motiviert; Salzburg.</p> <p>Sprenger, R.H. (2014): Mythos Motivation: Wege aus einer Sackgasse; Frankfurt</p> <p>DGFP e.V. (2014): Retentionmanagement für die Praxis: Erfolgsentscheidende Mitarbeiter finden und binden; Düsseldorf.</p>
	<b>Besonderes</b>	Online-LV
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 4 Studienzentrum, 2 virtuellen Lernraum, 6 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## 1.4 Leadership: Grundlagen und Führungskonzepte

Modulbezeichnung		I.4 Modul Leadership: Grundlagen und Führungskonzepte
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Führungskräfte und Mitarbeiter bzw. externe Berater müssen in der Lage sein zu beurteilen, welche der kaum überschaubaren Anzahl von Leadership- und Führungskonzepten überhaupt wirksam und in die Praxis umsetzbar sind. Diese Beurteilungs- und Handlungskompetenz ist umso wichtiger, als dass jedes Jahr neue Leadership- und Führungsliteratur auf den Markt kommt, deren Effektivität lediglich behauptet aber in den seltensten Fällen belegt ist.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, Führungskonzepte und ihre Haltung dazu kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits gelegt.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Beziehungen zwischen Führung und Führungserfolg verstehen und anhand von Praxisbeispielen erläutern.</li> <li>• Leadership- bzw. Führungstheorien und -konzepte wiedergeben, deren Unterschiede erklären und dabei die unterschiedlichen Rollen bzw. Aufgaben der Führungspersonen im Führungsprozess begründen.</li> <li>• die positiven und negativen Seiten von Führung sowie deren ethische Dimensionen erläutern.</li> <li>• das Konzept des „Positive Leadership“ darstellen und anhand einer Praxisbeispiele erläutern.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Führungsarbeit: Personen, Organisation und Unternehmen, Prozesse, Systeme, Instrumente</li> <li>• Traditionelle Konzepte der Personalführung</li> <li>• Moderne Konzepte der Personalführung</li> <li>• Evidence Based, Authentic and Positive Leadership</li> <li>• Methodische Perspektiven: Methodische Analyse und Entwicklung von Organisationen, Einschätzung eigenen und fremden Verhaltens, Methoden der Förderung und Weiterentwicklung von Mitarbeitern und sich selbst</li> <li>• Führungsbezogene Perspektiven: Mentale Modelle, Emotion vs. Volition</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte

<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	Nachhaltigkeit impliziert effektives und effizientes Führungshandeln bzw. entsprechende Managemententscheidungen - und somit eine valide Datenbasis. Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen (vermeintlicher) Praxisanforderung und wissenschaftlicher Aussagekraft sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.
<b>Prüfungsleistungen</b>		R Referat / Präsentation (Online-Präsentation, Kleingruppe)
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 7 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		I.4.1 Grundlagen der Führungsarbeit: Personen, Organisation und Unternehmen, Prozesse, Systeme, Instrumente I.4.2 Traditionelle und moderne Konzepte der Personalführung I.4.3 Fallstudien

Lehrveranstaltung		I.4.1 Grundlagen der Führungsarbeit: Personen, Organisation und Unternehmen, Prozesse, Systeme, Instrumente			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Grundlagenkenntnisse und -fähigkeiten um die Führungsarbeit beurteilen und durchführen zu können:			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Kenntnisse zu den wirksamen Mechanismen von Führung und Management von Organisationen mit Schwerpunkt „Unternehmen“ als Personensysteme</li> <li>Kennenlernen des Führungs- und Managementprozesses</li> <li>Kennenlernen von Steuerungs- und Exzellenz-Modellen</li> <li>die Entwicklung des Verständnisses, dass Führung das Handling von komplexen Systemen wohl schwierig, aber evidenzbasiert machbar und erfolgreich ist</li> <li>die Entwicklung der Perspektive, dass Führung vor allem die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit selbstwirksamen Mitarbeitern ist</li> <li>die Entwicklung der selbstkritischen Perspektiven, dass die Führungskraft neben Wissen auch über ein bestimmtes Maß an Willen und Resilienz verfügen muss</li> <li>die Grundlagen anerkannter Analyse- und Entwicklungsmethoden anwenden zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
	Inhalte	Selbst	X	X	X
		Sozial	X		
	Lehr- / Lernformen	Online-Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Online-Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Hubertus Högerle M.A. (2022): Leadership: Grundlagen und Führungskonzepte (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Weibler, J. (2023): Personalführung - Personen, Beziehungen, Kontexte, Wirkungen. 4., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage, München.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2016): Führen und führen lassen in der Praxis: Fallbeispiele, Stuttgart.</p> <p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2017): Führen und führen lassen, Stuttgart.</p> <p>Nerlinger, F.W., Bickle, G. und Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. vollständig überarbeitete Auflage. Berlin.</p> <p>Vahs, D.: (2012): Organisation - ein Lehr- und Managementbuch, 8. überarbeitete und erweiterte Auflage, Düsseldorf.</p>			

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	1 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	25 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>1 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 25 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 4 Stunden (Aufteilung: 1 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 22 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		I.4.2 Traditionelle und moderne Konzepte der Personalführung			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Führungskräfte und Mitarbeiter bzw. externe Berater, oft konfrontiert mit neuen Fragestellungen und Sachverhalten der Organisationsführung, müssen in der Lage sein, vorhandene und auch neuartige Führungskonzepte hinsichtlich ihrer Effektivität auf Personen und Organisationsergebnisse einschätzen zu können, um auf dieser Basis qualitativ hochwertige Entscheidungen fällen und in konkretes Verhalten umsetzen zu können.</p> <p>Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungskonzepte anhand geeigneter Kriterien in Bezug auf Ihre Wirksamkeit beurteilen zu können;</li> <li>• den Nutzen des evidenzbasierten Führens einschätzen zu können;</li> <li>• die Grundlagen anerkannter Analyse- und Entwicklungsmethoden anwenden zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traditionelle Führungstheorien</li> <li>• Moderne Führungstheorien,</li> <li>• Führung und Management</li> <li>• Praxisfälle</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Hubertus Högerle M.A. (2022): Leadership: Grundlagen und Führungskonzepte (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Weibler, J. (2023): Personalführung - Personen, Beziehungen, Kontexte, Wirkungen. 4., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage, München.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2017): Führen und führen lassen, Stuttgart.</p> <p>Lang, R. und Rybnikova, I. (2014): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte, Heidelberg.</p> <p>Nerdinger, F.W., Bickle, G. und Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. vollständig überarbeitete Auflage. Berlin.</p> <p>Pfeffer, J. (2015): Leadership BS (bullshit)-Fixing Workplaces and Careers – One Truth at a Time, New York.</p>			
	Besonderes				

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 3 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		Fallstudien, Praxisfälle			
Ausgestaltung	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Führungskräfte und Mitarbeiter bzw. externe Berater, oft konfrontiert mit neuen Fragestellungen und Sachverhalten der Organisationsführung in wechselnden Kontexten, müssen in der Lage sein, vorhandene und auch neuartige Führungskonzepte hinsichtlich ihrer Effektivität einschätzen zu können, um auf dieser Basis qualitativ hochwertige Entscheidungen fällen zu können.</p> <p>Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungskonzepte anhand geeigneter Kriterien in Bezug auf Ihre Wirksamkeit in der Unternehmens-/Organisationspraxis auf Einstellungen und Verhalten von Menschen beurteilen zu können;</li> <li>• den Nutzen des evidenzbasierten Führens im Bereich organisationaler Prozesse einschätzen zu können;</li> <li>• die Grundlagen der anerkannten Analyse- und Entwicklungsmethoden anwenden zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anwendung von Führungskonzepten in der Praxis aus verschiedenen theoretischen und praktischen Perspektiven</li> <li>• Feedbackformen und Lesson Learned - Entwicklungen</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	<b>Literatur / Lehrmaterial</b>	<p><b>Literatur</b></p> <p>Hubertus Högerle M.A. (2022): Leadership: Grundlagen und Führungskonzepte (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Weibler, J. (2023): Personalführung - Personen, Beziehungen, Kontexte, Wirkungen. 4., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage, München.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2016): Führen und führen lassen in der Praxis: Fallbeispiele, Stuttgart.</p> <p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2017): Führen und führen lassen, Stuttgart.</p> <p>Nerdingen, F.W., Bickle, G. und Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. vollständig überarbeitete Auflage. Berlin.</p> <p>Kellerman, B. (2012): The End of Leadership, New York.</p> <p>Permantier, M. (2019): Haltung entscheidet. Führung &amp; Unternehmenskultur zukunftsfähig gestalten. München.</p>			
		Teilweise Online			

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	2 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	50 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 3 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 44 Stunden</li> </ul>

## 1.5 Empirische Sozialforschung

Modulbezeichnung		I.5 Modul Empirische Sozialforschung
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt, empirische Forschungsarbeiten zu planen und für die Abschlussarbeit relevante quantitative und qualitative Erhebungsmethoden anzuwenden.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• angeben, wie sich praxisbezogene Probleme wissenschaftlich untersuchen lassen und erläutern, wie man das dazugehörige Untersuchungsdesign entwickelt.</li> <li>• erläutern, worin sich wissenschaftliche und praxisbezogene Gütekriterien unterscheiden.</li> <li>• anhand von konkreten Beispielen verdeutlichen, wie man Begriffe/Variablen, deren Ausprägung sich nicht direkt beobachten lässt, messbar macht.</li> <li>• veranschaulichen, wie man einen qualitativ hochwertigen und praxistauglichen Fragebogen entwickelt.</li> <li>• Wie entwickelt man einen qualitativ hochwertigen und praxistauglichen?</li> <li>• veranschaulichen, wie man einen qualitativ hochwertigen und praxistauglichen Interviewleitfaden entwickelt.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen empirischer Sozialforschung</li> <li>• Empirischer Forschungsprozess</li> <li>• Operationalisierung</li> <li>• Abgrenzung: Wissenschaftliches vs. praxisbezogene Ziele – Implikationen für Gütekriterien</li> <li>• Qualitative und quantitative Verfahren (Befragungs- und Interviewtechniken)</li> <li>• Erhebungsmethoden: Fragebogen, Interview, Beobachtung, Dokumentenanalyse</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Präsentation, Diskussion
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
Bezüge zu ...	<b>... anderen Modulen</b>	
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert die Kompetenz, empirische Studien planen, durchführen, kritisch reflektieren zu können.</p> <p>Dieses Wissen stellt somit die Grundlage für spätere Lern- und Reflexionsprozesse der Studierenden dar, wenn es gilt, die Wirksamkeit der untersuchten Maßnahmen beurteilen zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA

<b>Organisa- tion</b>	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Dana Müller
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Auftei- lung: <ul style="list-style-type: none"><li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 10 Stu- dienzentrum, 6 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmle- rnen)</li><li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li></ul>
	<b>Lehrveranstaltungen</b>	I.5.1 Grundlagen empirischer Sozialforschung I.5.2 Qualitative und quantitative Erhebungsmethoden

Lehrveranstaltung		I.5.1 Grundlagen empirischer Sozialforschung			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Durch diese Lehrveranstaltung werden die Studierenden befähigt, ein empirisches Forschungsprojekt zu planen und die einzelnen Schritte anhand wissenschaftlicher Kriterien zu begründen bzw. zu reflektieren.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	
	Inhalte	Grundlagen empirischer Sozialforschung <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empirischer Forschungsprozess (Problemstellung, Zielsetzung, Theoretische Grundlagen, Methodisches Vorgehen, Darstellung der Ergebnisse, Diskussion und Interpretation)</li> <li>• Operationalisierung</li> <li>• Abgrenzung: Wissenschaftliche vs. praxisbezogene Ziele und Gütekriterien</li> </ul>			
		Lehr- / Lernformen			
		Lehr- / Lernmethoden			
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt (2022): Empirischer Forschungsprozess (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Döring, N. &amp; Bortz, J. (2023): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 6., vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage, Berlin.</p> <p>Theisen, M.R. und Theisen, M. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, Vahlen.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Schnell, R. / Hill, P. / Esser, E. (2014): Methoden der empirischen Sozialforschung. München.</p> <p>Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung, 13. Auflage, Berlin.</p> <p>Kromrey, H. et al. (2016): Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung, 13. Auflage, Stuttgart.</p>			
	Besonderes				
Organisation	ECTS-Punkte	2 ECTS			
	Aufteilung	50 Stunden			
	Workload	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 8 Stunden (Aufteilung: 3 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmle-</li> </ul>			

		nen)
		• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 42 Stunden

Lehrveranstaltung		I.5.2 Qualitative und quantitative Erhebungsmethoden			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	Durch diese Lehrveranstaltung werden die Studierenden befähigt, einen Fragebogen bzw. einen Interviewleitfaden oder aber auch ein Kategoriensystem für systematische Beobachtungen auf Basis von wissenschaftlicher Literatur zu entwickeln.			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	x
		Selbst	x	x	x
		Sozial			
	Inhalte	Empirische Erhebungsmethoden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung von Fragebögen, Fragebogentechnik</li> <li>• Erstellung von Interviewleitfäden, Interviewmethodik</li> <li>• Beobachtungsverfahren (Übersicht)</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung, Diskussion und Übungen			
	Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung, Diskussion und Übungen: Erstellen eines Fragebogens und eines Interviewleitfadens			
	Literatur / Lehrmaterial	<b>Literatur</b> Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt (2022): Empirische Erhebungsmethoden (Einführungs- und Begleitskript). Döring, N. & Bortz, J. (2023): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 6., vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage, Berlin.  <b>Empfehlungen</b> Schnell, R. / Hill, P. / Esser, E. (2014): Methoden der empirischen Sozialforschung. München. Bühner, M. (2010): Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 3. Auflage, München. Mayer, H.O. (2012): Interview und schriftliche Befragung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung, 6. Auflage, München. Moosbrugger, H. & Kelava, A. (2011): Testtheorie und Fragebogenkonstruktion, 2. Auflage, Berlin.			
	Besonderes				
Organisation	ECTS-Punkte	4 ECTS			
	Aufteilung	4 x 25 = 100 Stunden			
	Workload	4 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 100 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 12 Stunden (Aufteilung: 6 Studienzentrum, 4 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 88 Stunden</li> </ul>			



## 2 ZWEITES SEMESTER

### 2.1 Empirische Auswertungsmethoden

Modulbezeichnung		II.1 Modul: Empirische Auswertungsmethoden
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>qualitative Daten auszuwerten und dabei herauszuarbeiten, welche Vorteile bzw. Nachteile quantitative bzw. qualitative Verfahren der Inhaltsanalyse aufweisen.</li> <li>quantitative Daten auszuwerten und dabei zu verstehen, welche statistischen Verfahren bei der Beantwortung welcher Fragestellungen / Hypothesen eingesetzt werden sollen.</li> <li>Hypothesen mittels des Softwareprogramms SPSS auszuwerten.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	<p>Quantitative Verfahren:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Deskriptive Statistik: Lage und Verteilungsparameter in Abhängigkeit des Skalenniveaus</li> <li>Inferenzstatistik I: Parametrische Verfahren, wie z.B. Korrelationsanalyse, t-Test, Varianzanalyse, (multiple) Regressionsanalyse</li> <li>Inferenzstatistik II: Non-parametrische Verfahren, wie z.B. Chi2-Test, U-Test, H-Test</li> <li>Explorative Datenanalyse</li> </ul> <p>Einführung in die softwaregestützte Datenanalyse</p> <p>Qualitative Verfahren</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse leitfadengestützter Interviews</li> <li>Explorative Gruppendiskussionen</li> <li>Expertenbefragungen</li> <li>Techniken der quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Präsentation, Diskussion
	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Teilnahme an Modul I.5 Empirische Sozialforschung
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Modul I.5 Empirische Sozialforschung
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert die Kompetenz, empirische Studien planen, durchführen, kritisch reflektieren zu können.</p> <p>Dieses Wissen stellt somit die Grundlage für spätere Lern- und Reflexionsprozesse der Studierenden dar, wenn es gilt, die Wirksamkeit der untersuchten Maßnahmen beurteilen zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA

<b>Organisa- tion</b>	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Pascale M. Petri
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 0 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 11 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
	<b>Lehrveranstaltungen</b>	II.5.1 Quantitative Analysemethoden II.5.2 Qualitative Analysemethoden

Lehrveranstaltung		II.1.1 Quantitative Analysemethoden			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Durch diese Lehrveranstaltung werden die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• selbständig verschiedene Methoden und Verfahren der quantitativen Analyse adäquat einzusetzen. Dies gilt sowohl für so-wohl Methoden der deskriptiven, hypothesenprüfenden wie auch explorativen Verfahren.</li> <li>• diese Methoden und Verfahren der quantitativen Analyse mittels adäquater statistischer Software auszuwerten.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	
	Inhalte	<p>Statistik I: Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skalenniveaus</li> <li>• Von der Stichprobe zur Grundgesamtheit</li> <li>• Konfidenzintervalle</li> <li>• Hypothesen und Fehlerarten</li> </ul> <p>Statistik II: Deskriptive Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lageparameter: Modus, Median, Mittelwert</li> <li>• Verteilungsparameter: Perzentile, Standardabweichung</li> <li>• Zusammenhangsmaße</li> </ul> <p>Statistik III: Inferenzstatistik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mittelwertdifferenzen: t-Test, Varianzanalyse</li> <li>• Zusammenhangsanalysen: chi2-Test, Korrelation, Regression, multiple Regression</li> </ul> <p>Statistik IV: Skalierung und Testtheorie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reliabilitätsanalyse</li> <li>• Faktorenanalyse</li> </ul> <p>Einführung die softwaregestützte Datenanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen</li> <li>• Deskriptive Analysen</li> <li>• Inferenzstatistische Analysen</li> </ul>			
		Lehr- / Lernformen			
		Online-LV mit Präsentation mit Diskussion			
		Lehr- / Lernmethoden			
		Online-LV mit Präsentation und Analyse eines Datensatzes			

	<b>Literatur / Lehrmaterial</b>	<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. (2022): Statistik und Quantitative Datenanalyse (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Tausenpfund, M. (2022): Quantitative Datenanalyse - Eine Einführung mit SPSS, 2. Auflag, Wiesbaden.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Braunecker, C. (2016): How to do Empirie, how to do SPSS: Eine Gebrauchsanleitung, Stuttgart.</p> <p>Bühner, M. &amp; Ziegler, M. (2017): Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, Hallbergmoos.</p> <p>Eckstein, P.P. (2017): Datenanalyse mit SPSS: Realdatenbasierte Übungs- und Klausuraufgaben mit vollständigen Lösungen, Berlin.</p> <p>Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. und Naumann, E. (2014): Quantitative Methoden 2: Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Berlin.</p>
	<b>Besonderes</b>	
<b>Organisa-</b> <b>tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 0 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 5 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.1.1 Qualitative Analysemethoden			
Ausgestaltung	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Durch diese Lehrveranstaltung werden die Studierenden befähigt, selbstständig</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>verschiedene Methoden und Verfahren der qualitativen empirischen (Sozial-) Forschung adäquat einzusetzen.</li> <li>Interviews auf Basis quantitativer und qualitativer Inhaltsanalyse auszuwerten.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	x	x	x
		System	x	x	x
		Selbst	x	x	x
		Sozial			
	<b>Inhalte</b>	<p>Interviewanalyse: Grundlagen der Inhaltsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kategorien / Einheiten</li> <li>Codieren</li> <li>Kategoriensystem</li> <li>Prozess</li> <li>Fallbeispiel</li> </ul>			
		Qualitative vs. quantitative Inhaltsanalyse			
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	<b>Lehr- / Lernmethoden</b>	Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	<b>Literatur / Lehrmaterial</b>	<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. (2022): Interview- und Inhaltsanalyse (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Lamnek, S. &amp; Krell, C. (2010): Qualitative Sozialforschung: Mit Online-Materialien, Weinheim.</p> <p>Gläser, J. &amp; Laudel, G. (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, München</p> <p>Kuckartz, U. (2016): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung, 3. Auflage, Weinheim.</p> <p>Mayring, P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse - Grundlagen und Techniken. Weinheim.</p>			
	<b>Besonderes</b>				

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 0 Studienzentrum, 4 virtuellen Lernraum, 6 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## 2.2 Projekt- und Prozessmanagement

Modulbezeichnung		II.2 Projekt- und Prozessmanagement
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden befähigt, innerhalb der Wirtschaftspsychologie Theorien und Konzepte des Projekt- und Prozessmanagements verstehen, kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Im Mittelpunkt steht hierbei die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen bzw. leistungsrelevanten Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen des Projekt- und Prozessmanagements, mit einem Schwerpunkt im operativen Projektmanagement, anzuwenden und Erfordernisse der Planung und Organisation von Projekten folgerichtig umzusetzen,</li> <li>• Projekte und Prozesse theoriegestützt logisch zu analysieren und zu strukturieren und dadurch bereits in der Planung möglichen Risiken zu begegnen und</li> <li>• theoretische Konzepte auf Praxisprobleme anzuwenden und vor diesem Hintergrund die Chancen und Restriktionen des Theorie-Praxis-Transfers realistisch einzuschätzen.</li> </ul>
	Inhalte	<p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektziele, Anforderungen, Umfeld und Organisation</li> <li>• Projektplanung, Überwachung und Steuerung</li> <li>• Management von Qualität, Risiko und Stakeholdern</li> <li>• Teamarbeit und Führung</li> </ul> <p>Prozessmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen, strategische Relevanz, Lean Management</li> <li>• Prozessanalyse, -steuerung und -optimierung</li> <li>• Handlungskompetenz in Prozessen</li> </ul>
	Lehr- / Lernformen	Online-Vorlesungen mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
Bezüge zu ...	... anderen Modulen	keine
	... nachhaltiger Entwicklung	<p>Nachhaltigkeit impliziert ein vertieftes Verständnis der Wirksamkeit von Maßnahmen, die Qualität und Ergebnisse von organisationalen Projekten und Prozessen beeinflussen.</p> <p>Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen (vermeintlicher) Praxisanforderung und wissenschaftlicher Aussagekraft sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und ver-</p>

		bessern zu können.
--	--	--------------------

<b>Prüfungsleistungen</b>		R Referat / Präsentation (Online-Präsentation Kleingruppe)
<b>Organisa-</b> <b>tion</b>	<b>Modulverant-</b> <b>wortlicher</b>	Prof. Dr. Rainer Erne
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 6 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 11 angeleitete Programmlehrer)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		II.2.1 Projektmanagement II.2.2 Prozessmanagement II.2.3 Bearbeitung von Praxisfällen

Lehrveranstaltung		II.2.1 Projektmanagement			
Ausgestaltung	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Wirtschaftspsychologie und des Projektmanagements.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Individuelle und organisationale Leistungsfähigkeit“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
	<b>Inhalte</b>	<p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen</li> <li>• Projektorganisation im Unternehmen</li> <li>• Aufbauorganisation von Projekten</li> <li>• Ablauforganisation eines Projektes</li> <li>• Projektcontrolling</li> <li>• Multiprojektmanagement</li> <li>• Innovative Perspektiven: Scrum / Agiles Projektmanagement</li> </ul>			
		<p><b>Lehr- / Lernformen</b></p>			
		<p>Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p><b>Lehr- / Lernmethoden</b></p>			
	<b>Literatur / Lehrmaterial</b>	<p><b>Literatur</b></p> <p>Huhndorf, D. / Reinhardt, R. (2022): Projekt- und Prozessmanagement (Skript / Einführungs- und Begleitskript).  Leyendecker, B./Pötters, P. (2022): Werkzeuge für Projekt- und Prozessmanagement – Klassische und moderne Instrumente für den Management-Alltag, Wiesbaden.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Burghardt, M. (2018): Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten. Publicis: Erlangen.</p> <p>Kuster, J., Bachmann, C. (2018): Handbuch Projektmanagement: Agil – Klassisch – Hybrid. SpringerGabler: Wiesbaden.</p> <p>Michels, B. (2015); Projektmanagement Handbuch - Grundlagen mit Methoden und Techniken für Einsteiger. CreateSpace Independent Publishing Platform.</p> <p>Timinger, H. (2017): Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg. Heidelberg: Wiley</p>			

	<b>Besonderes</b>	Online-LV
--	-------------------	-----------

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	2 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	50 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 3 Stunden (Aufteilung: 3 virtuellen Lernraum)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 47 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.2.2 Prozessmanagement			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen der Wirtschaftspsychologie und des Prozessmanagements.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Individuelle und organisationale Leistungsfähigkeit“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prozessbegriff und Prozessmanagement-Ansatz</li> <li>• Prozessarten</li> <li>• Prozessabgrenzung und -kontextanalyse, Prozessübersicht</li> <li>• Prozesserhebung</li> <li>• Prozessdokumentation und Darstellungsvarianten</li> <li>• Prozessanalyse</li> <li>• Leitwerte und Optimierung</li> <li>• Rollen und Prozessorganisation</li> <li>• Kennzahlen und Prozess-Controlling</li> </ul>			
		<p>Lehr- / Lernformen</p> <p>Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p>Lehr- / Lernmethoden</p> <p>Online-LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Huhndorf, D. / Reinhardt, R. (2022): Projekt- und Prozessmanagement (Skript / Einführungs- und Begleitskript).</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Gadatsch, A. (2017): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen. Springer-Vieweg. Wiesbaden.</p> <p>Hierzer, R. (2017): Prozessoptimierung 4.0: Den digitalen Wandel als Chance nutzen. Haufe Fachbuch: Stuttgart.</p> <p>Horatzek, S. (2018): Toolbox Prozessmanagement: Vorgehensmodell und praktische Methoden für Industrie und Dienstleistung. Carl Hanser Verlag: München.</p>			
Besonderes		<p>Online-LV</p>			

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	50 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 3 Stunden (Aufteilung: 3 virtuellen Lernraum)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 47 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		Fallstudien, Praxisfälle			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Fach- und Führungskräfte bzw. externe Berater, oft konfrontiert mit neuen organisationalen Fragestellungen und Sachverhalten in wechselnden Kontexten, müssen in der Lage sein, vorhandene und auch neuartige Organisationskonzepte hinsichtlich ihrer Effektivität einschätzen zu können, um auf dieser Basis qualitativ hochwertige Entscheidungen fällen zu können.</p> <p>Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte des Projekt- und Prozessmanagement anhand geeigneter Kriterien in Bezug auf Ihre Wirksamkeit in der Unternehmens-/Organisationspraxis auf Einstellungen und Verhalten von Menschen beurteilen zu können;</li> <li>• den Nutzen .. einschätzen zu können;</li> <li>• die Grundlagen der ...anwenden zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial	X	X	X
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anwendung von Konzepten des Projekt- und Prozessmanagements in der Praxis aus verschiedenen theoretischen und praktischen Perspektiven</li> <li>• Feedbackformen und Lesson Learned - Entwicklungen</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Huhndorf, D. / Reinhardt, R. (2022): Projekt- und Prozessmanagement (Skript / Einführungs- und Begleitskript).</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Burghardt, M. (2018): Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten. Publicis: Erlangen.</p> <p>Rauer, K. (2019): Fallstudie Projektmanagement I: Aufgaben / Arbeitsheft. Books on Demand.</p> <p>Rauer, K. (2019): Fallstudie Projektmanagement II: Muster-Lösungen Books on Demand.</p>			
	<b>Besonderes</b>	Online			

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	2 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	50 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 3 Stunden (Aufteilung: 3 virtuellen Lernraum)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 47 Stunden</li> </ul>

# FACHRICHTUNG I: LEADERSHIP

## 2.3 Exzellente Führung

Modulbezeichnung		II.3a Modul Exzellente Führung
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Führungskräfte müssen einerseits in der Lage sein zu beurteilen, welche der kaum überschaubaren Anzahl von Leadership- und Führungskonzepten überhaupt wirksam und in die Praxis umsetzbar sind. Darauf aufbauend müssen sie es schaffen, durch Führungsverhalten in ihrer Organisation eine Kultur der Exzellenz aufzubauen, in der sich alle Mitarbeiter zurechtfinden, gemäß ihrer Stärken voll einbringen und nach ihren Interessen und Möglichkeiten weiterentwickeln können.</p> <p>Diese Beurteilungs- und Handlungskompetenz ist umso wichtiger, als Führungskräfte oft unter sehr schwierigen Bedingungen arbeiten müssen, da äußere und innere Widerstände auftreten, die Ressourcen knapp und die Interessen unterschiedlich sind. Außerdem reklamieren Erfolge in der Regel „höhere Autoritäten“ für sich und laden Misserfolge bei den Nachgeordneten ab.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, ihre eigenen mentalen Modelle und ihre Selbstwirksamkeit kritisch zu reflektieren. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits gelegt.</p> <p>Im Mittelpunkt steht daher die Diskussion und Reflexion der folgenden beiden Perspektiven eines evidenzbasierten und somit effektiven Leadership-Exzellenz-Modells:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenes Selbstbild/Fremdbild, Haltung zu Führung und Zusammenarbeit, Selbstwirksamkeit</li> <li>• Stärkenbasierte Führungskonzepte, Positive Leadership</li> <li>• Traditionelle bis nachhaltig-evolutionäre bzw. selbstführende Organisationskulturen (Entwicklung und Veränderung)</li> <li>• Positive, lernende und reinvestierende Organisationsformen</li> <li>• Wirksame Exzellenz-Modelle</li> </ul>
	Inhalte	<p>Teil: Stärkenorientierte und ganzheitliche Führung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einordnung des Positiv-Leadership-Ansatzes in die Führungstheorien</li> <li>• Haltung, Selbstmotivation und Volition bei Widerständen</li> <li>• Bedeutung der obersten Führung, Führung in nachgeordneten Positionen</li> <li>• Entwicklung einer evolutionär-integralen selbstführenden Organisationskultur</li> <li>• Leadership-/Business-Excellence in der Praxis</li> </ul> <p>Teil: Anwendungsfelder und Fallstudien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exzellenz-Modelle (EFQM, Hoshin Kanri, OKR, BSC)</li> <li>• Change-Management</li> <li>• Fallstudien und Anwendungen mit strategischen und operativen Aufgabenstellungen</li> </ul>
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis, Planübung in verschiedenen virtuellen und praktischen Kontexten

<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert effektives, effizientes und nachhaltiges Führungshandeln bzw. entsprechende Managemententscheidungen - und somit eine valide Datenbasis.</p> <p>Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen (vermeintlicher) Praxisanforderung und wissenschaftlicher Aussagekraft sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		R Referat / Präsentation (asynchron)
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 6 virtuellen Lernraum, 5 angeleitetes Programmieren)</li> <li>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>II.3.1 Stärkenorientierte und ganzheitliche Führung</p> <p>II.3.2 Anwendungsfelder und Fallstudien</p>

Lehrveranstaltung		II.3a.1 Stärkenorientierte und ganzheitliche Führung			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Grundlagenkenntnisse und -fähigkeiten um die Führungsarbeit beurteilen und durchführen zu können:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse zur Einordnung des Führungs-Exzellenz-Ansatzes in die Führungstheorien</li> <li>• Kennenlernen von Verzerrungsfaktoren im Hinblick auf eigene Führungsentscheidungen, Probleme der Selbstmotivation und Volition bei starken Widerständen und Misserfolgserlebnissen</li> <li>• Kennenlernen der evolutionären und integralen Organisationskultur und Förderung des eigenen Entwicklungsprozesses in eine langfristige Orientierung auch bei komplexen Situationen</li> <li>• Kennenlernen des Leadership-Excellence-Modells und deren Möglichkeiten der Anwendung mit einer strategischen und operativen Perspektive</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	x	x
		Sozial	x	x	
Ausgestaltung	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einordnung des Ansatzes in die Führungstheorien</li> <li>• Entwicklung einer evolutionären und integralen Organisationskultur</li> <li>• Selbstmotivation und Volition im Führungs- und Veränderungsprozess</li> <li>• Positive Leadership, praktizierte Leadership-Excellence</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Hubertus Högerle M.A. (2022): Exzellente Führung I (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Weibler, J. (2023): Personalführung - Personen, Beziehungen, Kontexte, Wirkungen. 4., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage, München.</p> <p>Seliger, R. (2020): Positive Leadership – Die Revolution in der Führung, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Thiele, C.: (2020): Positiv führen – Stärken erkennen und nutzen, Haufe.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Cameron, K. (2008): Positive Leadership – Strategies for Extraordinary Performance, San Francisco.</p> <p>Hinterhuber, Hans H., Renzl, Birgit, Werner, Christian H. (2015) Leadership-Strategie Unternehmerische Führung als Erfolgsfaktor</p> <p>Laloux, F. (2015): Reinventing Organizations, München.</p> <p>Moll, A./Khayati, S. (2019): Excellence-Handbuch. Grundlagen und</p>			

		Anwendungen des EFQM-Modells 2020. Kissing. Senge, P.M. (2017): Die fünfte Disziplin: Kunst und Praxis der lernenden Organisation, Stuttgart.
<b>Besonderes</b>	-	

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 6 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.3a.2 Anwendungsfelder und Fallstudien			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Führungskräfte, oft konfrontiert mit komplexen Fragestellungen und Sachverhalten der Organisationsführung, müssen in der Lage sein, vorhandene und auch neuartige Führungskonzepte hinsichtlich ihrer nachhaltigen Wirksamkeit auf Organisationsergebnisse, Gesellschaft und Natur einschätzen zu können, um auf dieser Basis qualitativ hochwertige Entscheidungen fällen und in konkretes Verhalten umsetzen zu können.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exzellenz-Modelle wie z. B. EFQM, Hoshin Kanri, OKR, BSC kritisch zu beurteilen und praxisgerecht umzusetzen.</li> <li>• Change-Management kritisch beurteilen und in Konzepte umzusetzen, die wesentlichen Aspekte für eine erfolgreiche Realisierung beinhalten.</li> <li>• mit Fallstudien zu arbeiten, auch in virtuellen Kontexten.</li> <li>• praktische Anwendungen mit strategischen und operativen Aufgabenstellungen üben.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
	Inhalte	Fach	X	x	X
		System	X	X	X
		Selbst	x	X	X
		Sozial	x	x	x
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leadership-/Business-Excellence-Modelle (EFQM, Hoshin Kanri, Great Place to Work, BSC)</li> <li>• Change-Management</li> <li>• Fallstudien und Anwendungen mit strategischen und operativen Aufgabenstellungen</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten, praktische Übungen			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten, praktische Übungen			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Hubertus Högerle M.A. (2020): Exzellente Führung II (Einführungs- und Begleitskript).</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Berner, W. (2012): Culture Change – Unternehmenskultur als Wettbewerbsvorteil, Stuttgart.</p> <p>Bruch/Vogel (2009): Organisationale Energie - Wie sie das Potenzial Ihres Unternehmens ausschöpfen. Wiesbaden.</p> <p>Vahs/Weiand (2013): Workbook Change-Management – Methoden und Techniken, 2. Auflage, Stuttgart.</p> <p>Von Moll/Kohler Hrsg. (2012): Excellence-Handbuch: Grundlagen und Anwendung des EFQM Excellence Modells</p> <p>Senge, P.M. et al. (2008): Das Fieldbook zur Fünften Disziplin, Stuttgart</p>			

		<p>gart.</p> <p>Thiele (2021): Praxisbuch Positive Leadership – Impulse für den Führungsalltag, Freiburg, München, Stuttgart.</p> <p>Von der Heyde/von der Linde (2009): Gesprächstechniken für Führungskräfte – Methoden und Übungen zur erfolgreichen Kommunikation, 3. Auflage, München.</p>
	<b>Besonderes</b>	
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 2 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 3 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## Macht und Mikropolitik, Bad Leadership

Modulbezeichnung		II.4a Modul Macht und Mikropolitik, Bad Leadership
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Praktische Führungskompetenz setzt nicht nur voraus, entsprechende Theorien, Methoden und Instrumente zu kennen und anwenden zu können, sondern insbesondere auch, sich mit den realen Auswirkungen von hierarchischen Organisationen, nämlich Macht vertieft auseinandersetzen zu können.</p> <p>Führungskräfte müssen somit auch in der Lage sein zu beurteilen, welche Auswirkungen der konstruktive bzw. der destruktive Einsatz von Macht in Bezug auf Effektivität und Effizienz einerseits und in Bezug auf die Individual- und Gruppenleistung andererseits hat.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, Konzepte aus den Bereichen „Macht, Mikropolitik und Bad Leadership“ zu verstehen, ihre Haltung dazu kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits gelegt.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Beziehungen zwischen Macht, Mikropolitik und Bad Leadership einerseits und Führungserfolg andererseits verstehen und anhand von Praxisbeispielen erläutern.</li> <li>• die negativen Seiten von Führung anhand ausgewählter Beispiele, wie zum Beispiel Mobbing erklären zu können.</li> <li>• Personenbezogene Merkmale wie Narzissmus, Machiavellismus und Psychopathie verstehen und erklären können.</li> <li>• erklären, welche Methoden und Instrumente auf individueller und organisationaler Seite hilfreich sind, um die Negativauswirkungen von Macht einzuschränken.</li> </ul>
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Macht &amp; Mikropolitik: Theorien, Konzepte und Praxis</li> <li>• Bad Leadership / Dysfunktionale Führung: Grundlagen und Gegenmaßnahmen</li> </ul>
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	Vorbereitung für das Modul	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
Bezüge zu ...	... anderen Modulen	
	... nachhaltiger Entwicklung	Nachhaltigkeit impliziert effektives und effizientes Führungshandeln bzw. entsprechende Managemententscheidungen - und somit eine valide Datenbasis. Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen (vermeintlicher) Praxisanforderung und wissenschaftlicher Aussagekraft sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.
Prüfungsleistungen	StA Studienarbeit und 15-minütige mündliche Prüfung (Online-)	

		Präsentation) im Verhältnis 30 / 70
Organisa- tion	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 7 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>I.4a.1 Macht &amp; Mikropolitik: Theorien, Konzepte und Praxis</p> <p>I.4a.2 Bad Leadership / Dysfunktionale Führung: Grundlagen und Gegenmaßnahmen</p>

Lehrveranstaltung		II.4a.1 Macht & Mikropolitik: Theorien, Konzepte und Praxis			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden des Themenfelds „Macht &amp; Mikropolitik“.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit den Aspekten „Verbesserung der Führungseffektivität“, und zwar in Bezug auf organisationale wie auch personenbezogene Aspekte zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial	X	X	X
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Machtgrundlagen, Machtprozess</li> <li>• Mikropolitik</li> <li>• Funktionale und dysfunktionale Auswirkungen auf die Psyche</li> <li>• Ethische Dimensionen der Führungsarbeit</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. / Neidl, S. (2022): Macht und Mikropolitik, Bad Leadership (Einführungs- und Begleitskript)</p> <p>Neuberger, O. (2015): Mikropolitik und Moral in Organisationen: Herausforderung der Ordnung. UTB: Weinheim.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Ameln, F. / Heintel, P. (2016): Macht in Organisationen: Denkwerkzeuge für Führung, Beratung und Change-Management. Stuttgart: Schäffer Poeschel.</p> <p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2016): Führen und führen lassen in der Praxis: Fallbeispiele, Stuttgart.</p> <p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2017): Führen und führen lassen, Stuttgart.</p> <p>Hinterhuber, H. (2010): Die 5 Gebote exzellenter Führung. Frankfurter Allgemeine Buch: Frankfurt.</p> <p>Kets de Vries, M. (2008): Führer, Narren und Hochstapler: Die Psychologie der Führung. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel.</p> <p>Nerdinger, F.W., Bickle, G. und Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. vollständig überarbeitete Auflage. Berlin.</p>			

		<p>Sutton, R. (2008): Der Arschloch-Faktor: Vom geschickten Umgang mit Aufschneidern, Intriganten und Despoten in Unternehmen. Dresden: Heyne</p> <p>Sutton, R. (2018): Überleben unter Arschlöchern: Wie Sie mit Leuten klarkommen, die andere wie Dreck behandeln. München: Piper</p>
	<b>Besonderes</b>	
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		I.4a.2 Bad Leadership / Dysfunktionale Führung: Grundlagen und Gegenmaßnahmen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden des Themenfelds „Bad Leadership bzw. Dysfunktionale Führung“.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit den Aspekten „Verbesserung der Führungseffektivität“, und zwar in Bezug auf organisationale wie auch personenbezogene Aspekte zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Inhalte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Machtgrundlagen, Machtprozess</li> <li>• Mikropolitik</li> <li>• Funktionale und dysfunktionale Auswirkungen auf die Psyche</li> <li>• Ethische Dimensionen der Führungsarbeit</li> </ul> <p><b>Lehr- / Lernformen</b></p> <p>Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p> <p><b>Lehr- / Lernmethoden</b></p> <p>Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p> <p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. / Neidl, S. (2022): Macht und Mikropolitik, Bad Leadership (Einführungs- und Begleitskript)</p> <p>Neuberger, O. (2015): Mikropolitik und Moral in Organisationen: Herausforderung der Ordnung. UTB: Weinheim.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Ameln, F. / Heintel, P. (2016): Macht in Organisationen: Denkwerkzeuge für Führung, Beratung und Change-Management. Stuttgart: Schäffer Poeschel.</p> <p>Babiak, R. (2007): Menschenschinder oder Manager: Psychopathen bei der Arbeit. Berlin: Hanser.</p> <p>Dammann, G. (2007): Narzissten, Egomanen, Psychopathen in der Führungsetage: Fallbeispiele und Lösungswege für ein wirksames Management. Bern: Haupt.</p> <p>Externbrink, K. / Keil, M. (2017): Narzissmus, Machiavellismus und Psychopathie in Organisationen: Theorien, Methoden und Befunde zur dunklen Triade. Berlin: Springer.</p> <p>Kellerman, B. (2004): Bad Leadership, New York.</p>			

		<p>Kellerman, B. (2012): The End of Leadership, New York.</p> <p>Kets de Vries, M. (2008): Führer, Narren und Hochstapler: Die Psychologie der Führung. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel.</p> <p>Kuhn, T. / Weibler, J. (2020): Bad Leadership: Von Narzissen und Egomänen, Vermessenen und Verführten: Warum uns schlechte Führung oftmals gut erscheint und es gute Führung häufig schlecht ergeht. München: Vahlen.</p> <p>Nerdinger, F.W., Bickle, G. und Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. vollständig überarbeitete Auflage. Berlin.</p>
	<b>Besonderes</b>	
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## 2.4 Führungseffektivität

Modulbezeichnung		II.5a Modul Führungseffektivität
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Führungskräfte müssen in der Lage sein zu beurteilen, welche der nahezu unzähligen Managementkonzepte effektiv sind. Diese Entscheidungskompetenz ist umso wichtiger, als dass jedes Jahr neue Managementkonzepte auf den Markt kommen, deren Effektivität lediglich behauptet aber in den seltensten Fällen belegt ist.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, Managementkonzepte kritisch reflektieren und diskutieren zu können. Im Mittelpunkt steht hierbei die Auseinandersetzung mit praxisbezogenen Konzepten einerseits und theoretisch begründeten sowie empirisch geprüften Modellen andererseits.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nachvollziehen, dass effektive Lösungen der Managementpraxis auf validen wissenschaftlichen Studien beruhen sollten.</li> <li>• verstehen, warum in der Praxis wenig Wert auf Nutzennachweise von Managementkonzepten gelegt und eher „Moden &amp; Mythen“ gefolgt wird.</li> <li>• die Grundlagen eines Evidenzbasierten Managements angeben können;</li> <li>• anhand eines Praxisbeispiels die Methode des „Systematic Review“ anwenden können</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	Moden und Mythen im Management Evidence Based Management
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Immatrikulation ins 3. Fachsemester
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module der ersten beiden Fachsemester
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert effektives und effizientes Führungshandeln bzw. Managemententscheidungen - und somit eine valide Datenbasis.</p> <p>Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen (vermeintlicher) Praxisanforderung und wissenschaftlicher Aussagekraft sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit

<b>Organisa- tion</b>	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
	<b>Lehrveranstaltungen</b>	III.1.1 Moden und Mythen im Management III.1.2 Evidenzbasiertes Management

Lehrveranstaltung		II.5a.1 Moden und Mythen im Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die kritische Auseinandersetzung mit Moden und Mythen im Management</li> <li>das Kennenlernen und der Diskussion methodischer und managementbezogener Probleme bzgl. der Effektivität von Managementkonzepten</li> <li>die Entwicklung des Verständnisses, dass die Konzepte von Beratungsfirmen im Allgemeinen nicht an Kriterien wie Validität bzw. Effektivität orientiert sind.</li> <li>die Entwicklung von kritischen Perspektiven zum Beitrag von Führung zum Unternehmenserfolg: Attributionsfehler und Romance of Leadership</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
	Inhalte	<p>Moden und Mythen im Management Wissenschaftlichkeit vs. Zweckrationalität von Beratungsansätzen</p>			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b> Reinhardt, R. (2022): Moden und Mythen im Management (Einführungs- und Begleitskript). Mikisek, I.: Evidence Based Management, Springer Verlag.</p> <p><b>Empfehlungen</b> Pfeffer, J. und Sutton, R.L. (2007): Harte Fakten, gefährliche Halbwahrheiten und absoluter Unsinn: Berühmte Managementthesen auf dem Prüfstand. Düsseldorf. Kieser, A. (2005): Wissenschaft und Beratung. Heidelberg. Völker, R. (2008): Managementkonzepte beurteilen und richtig anwenden, München. Rosenzweig, P. (2008): Der Halo-Effekt: Wie Manager sich täuschen lassen, Stuttgart.</p>			
	Besonderes	-			

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.5a.2 Evidenzbasiertes Management			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Führungskräfte, oft konfrontiert mit neuen Fragestellungen und Sachverhalten, müssen in der Lage sein, vorhandene und auch neuartige Managementkonzepte hinsichtlich ihrer Effektivität einschätzen zu können, um auf dieser Basis qualitativ hochwertige Entscheidungen fällen zu können.</p> <p>Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Managementkonzepte anhand geeigneter Kriterien in Bezug auf Ihre Wirksamkeit beurteilen zu können;</li> <li>• den Nutzen des Evidenzbasierten Managements einschätzen zu können;</li> <li>• die Grundlagen der dort angewandten Methode, das Systematic Review, anwenden zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	x	X
		System	X	X	X
		Selbst	x	X	X
	Inhalte	Sozial			
		Evidenzbasiertes Management			
		Vergleichende Analyse von Praxis- vs. Wissenschaftlicher Literatur			
		Erstellung eines grundlegenden Systematic Reviews			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. (2020): Evidence Based Management (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Mikisek, I.: Evidence Based Management, Springer Verlag.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Pfeffer, J. und Sutton, R.L. (2007): Harte Fakten, gefährliche Halbwahrheiten und absoluter Unsinn: Berühmte Managementthesen auf dem Prüfstand. Düsseldorf.</p> <p>Pettigrew, M. &amp; Roberts, H. (2006): Systematic Reviews in the Social Sciences. A Practical Guide. Malden: Blackwell Publishing.</p> <p>Tranfield, D. et al. (2003): Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. In: British Journal of Management 14, S. 207–222.</p> <p>Rousseau, D.M. (2010): The Oxford Handbook of Evidence-Based Management, Oxford.</p> <p>Vielfältige Materialien auf: <a href="http://www.cebma.org">www.cebma.org</a></p>			
	Besonderes				

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 4 Studienzentrum, 4 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

# FACHRICHTUNG II: BUSINESS TRANSFORMATION

## 2.5 Change-Management

Modulbezeichnung		II.3b Change-Management
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Es besteht einerseits Konsens darüber, dass sich die Unternehmensumwelten immer schneller und in einer immer weniger vorhersehbaren Art und Weise verändern (Stichwort „VUCA“). Andererseits besteht ebenfalls Konsens darüber, dass die Wahrscheinlichkeit mit organisationalen Veränderungsprozessen zu scheitern, nach wie vor hoch ist. Daraus resultiert die Notwendigkeit, effektive Konzepte des Change-Managements anzuwenden. Akteure im Change-Management (Change Manager, Personal, Führungskräfte und schließlich die betroffenen Mitarbeiter) benötigen daher einen Zugang zu solchen effektiven Konzepten.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte, Theorien und Modelle des Change-Managements beschreiben und erklären.</li> <li>• Rahmenbedingungen und Mechanismen der Steuerung von organisationalen Veränderungsprozessen beschreiben.</li> <li>• Faktoren erkennen bzw. analysieren, die über den Erfolg von Veränderungsprojekten entscheiden.</li> <li>• relevante Instrumente zur Gestaltung von unterschiedlichen Phasen in Veränderungsprozessen (Vorbereitung, Analyse, Konzeption, Implementierung und Optimierung) auswählen und einsetzen.</li> </ul> <p>Dadurch werden die Voraussetzungen für den Erwerb von Handlungs- bzw. Umsetzungskompetenzen in Bezug auf wirtschaftspsychologische Interventions- bzw. Gestaltungsmethoden geschaffen, die in den adäquaten Einsatz von Instrumenten des Change-Managements münden. Dazu gehören der Einsatz von Fallbeispielen, mit deren Hilfe die Kompetenz der Studierenden, Faktoren zu erkennen bzw. zu analysieren, die über den Erfolg von Veränderungsprojekten entscheiden, ausgebaut. Insbesondere wird in diesem Zusammenhang auf „weiche“ Faktoren eingegangen, die in der Change-Managementliteratur mittlerweile als erfolgskritischer erachtet werden als „harte“ betriebswirtschaftliche Faktoren. Zu den weichen Faktoren gehören u.a. die Transparenz des Vorgehens in Veränderungsprozessen (vermittelt durch Kommunikation), der Umgang mit Konflikten und Widerständen sowie allgemein das adäquate Führen in Phasen von Veränderung.</p>
	<b>Inhalte</b>	<p>Change-Management: Grundlagen</p> <p>Change-Management: Methoden und Instrumente</p>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	<p>Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis</p>
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	<p>Immatrikulation ins 2. Fachsemester</p>
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	<p>vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte</p>

<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert das Gestalten effektiver und effizienter Veränderungsprozesse.</p> <p>Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen den (mechanistischen) Anforderungen der Praxis und den (wirtschafts-) psychologischen Voraussetzungen sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		R Referat / Präsentation (Online-Präsentation)
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>II.3b.1 Change-Management: Grundlagen</p> <p>II.3b.2 Change-Management: Methoden und Instrumente</p>

Lehrveranstaltung		II.3b.1 Change-Management: Grundlagen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden des Veränderungsmanagements.</li> <li>• dem vertiefenden Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen im Bereich der Erfolgsfaktoren des Change-Managements.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial	X	X	X
	Inhalte	<p>Change-Management: Methoden und Instrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereitungsphase (z.B. Auftragsklärung)</li> <li>• Analysephase (z.B. bezogen auf Kultur, Strategie, technisch-organisatorisches System)</li> <li>• Konzeptionsphase (z.B. Balanced Score Card, Veränderungslandkarte)</li> <li>• Implementierungsphase (z.B. Personalentwicklung, Ziel- und Zeitvorgaben)</li> <li>• Optimierungsphase (z.B. Kaizen, kontinuierlicher Verbesserungsprozess)</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Jauer, E. (2022): Change-Management (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Vahs, D. / Weiand, A. (2020): Workbook Change-Management: Methoden und Techniken. Schäffer-Poeschel Verlag. Stuttgart.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Doppler, K./Lauterburg, C. (2014): Change-Management: Den Unternehmenswandel gestalten. Campus Verlag. Frankfurt.</p> <p>Koch, A. (2018): Change mich am Arsch. Econ: Düsseldorf.</p> <p>Kotter, J. (2011): Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen: Stuttgart.</p> <p>Lauer, T. (2014, 2. Auflage): Change-Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Springer-Gabler: Berlin</p> <p>Von Hehn, S. / Cornelissen, N.I./Braun, C. (2016): Kulturwandel in Organisationen. Ein Baukasten für angewandte Psychologie im Change-Management. Springer. Berlin.</p>			
	Besonderes	-			

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 4 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.3b.2 Change-Management: Methoden und Instrumente			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen im Bereich der Gestaltung von organisationalen Veränderungsprozessen.</li> <li>• dem vertiefenden Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen im Bereich der Methoden und Instrumente des Change-Managements.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	Inhalte	Sozial	X	X	X
		Moden und Mythen im Management Wissenschaftlichkeit vs. Zweckrationalität von Beratungsansätzen			
		Lehr- / Lernformen			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Vahs, D./Weiand, A. (2020): Workbook Change-Management: Methoden und Techniken. Schäffer-Poeschel Verlag. Stuttgart.</p> <p>Jauer, E. (2022): Change-Management (Einführungs- und Begleitscript).</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Doppler, K./Lauterburg, C. (2014): Change-Management: Den Unternehmenswandel gestalten. Campus Verlag. Frankfurt.</p> <p>Koch, A. (2018): Change mich am Arsch. Econ: Düsseldorf.</p> <p>Kotter, J. (2011): Leading Change: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen: Stuttgart.</p> <p>Lauer, T. (2014, 2. Auflage): Change-Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Springer-Gabler: Berlin</p> <p>Von Hehn, S. / Cornelissen, N.I./Braun, C. (2016): Kulturwandel in Organisationen. Ein Baukasten für angewandte Psychologie im Change-Management. Springer. Berlin.</p>			
	Besonderes	-			
Organisation	ECTS-Punkte	3 ECTS			
	Aufteilung	75 Stunden			
	Workload	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 4 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>			

## 2.6 Consulting

Modulbezeichnung		II.4b Modul Consulting
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Die Umsetzung von Change Projekten wird in aller Regel durch die Dienstleistung von Beratungsunternehmen unterstützt. Die Vorteile liegen hierdurch – auf den ersten Blick – auf der Hand: Beratungsunternehmen sind auf solche Projekte spezialisiert, verfügen in vielen Fällen über entsprechende Branchenkenntnisse und sind bzgl. der Aktualität von Managementkonzepten i.a. en jour.</p> <p>Erst auf den zweiten Blick wird deutlich, dass die Externalisierung von Veränderungskompetenzen mit einer Reihe von Problemen oder gar Nachteilen verbunden ist. Dazu gehört einerseits die Reduktion des internen Know-hows bzgl. der wichtigen Aspekte der Veränderungsfähigkeit bzw. Bereitschaft, wodurch eine Abhängigkeit von externen Beratern resultiert. Andererseits wird oftmals übersehen, dass das Beratungsgeschäft auf einer Reihe von „hidden agendas“ basiert, die eine optimale Problemlösung im Sinne des Klientensystems verhindert. Last not least ist auf das schon fast systemimmanente Problem fehlender Überprüfung des Beratungserfolgs zu verweisen.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte, Theorien und Modelle des Beratungsprozesses beschreiben und erklären.</li> <li>• Rahmenbedingungen und Mechanismen der Steuerung von Beratungsprozessen beschreiben.</li> <li>• Faktoren erkennen bzw. analysieren, die über den Erfolg von Beratungsprojekten entscheiden.</li> <li>• relevante Instrumente zur Gestaltung Beratungsprozessen beschreiben und erklären.</li> <li>• die „Grenzen der Rationalität“ von Beratungskonzepten bzw. -prozessen erkennen und erklären.</li> </ul> <p>Dadurch werden die Voraussetzungen für den Erwerb von Handlungs- bzw. Umsetzungskompetenzen in Bezug auf wirtschaftspsychologische Beratungsmethoden geschaffen, die in den adäquaten Einsatz von Beratungsmethoden und deren kritischer Reflexion münden. Dazu gehören der Einsatz von Fallbeispielen, mit deren Hilfe die Kompetenz der Studierenden, Faktoren zu erkennen bzw. zu analysieren, die über den Erfolg von Beratungsprojekten entscheiden, ausgebaut.</p> <p>Insbesondere wird in diesem Zusammenhang auf Faktoren eingegangen, die im Kontext von Beratungsprojekten oftmals ein Schattendasein führen. Dazu gehören insbesondere Themenfelder wie „latente Funktionen der Beratung“, „Moden und Mythen von Managementkonzepten“ und „mangelnde Evaluation“.</p>
	Inhalte	Grundlagen der Organisationsberatung: Konzepte und Prozesse Kritische Perspektiven der Organisationsberatung
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Immatrikulation ins 2. Fachsemester
	Vorberei-	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorle-

	<b>tung für das Modul</b>	sungsmanuskr.pte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	Nachhaltigkeit impliziert effektives und effizientes Führungshandeln bzw. Managemententscheidungen - und somit eine kompetente Unterstützung dieser Entscheidungen durch Unternehmensberater. Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen den unterstützenden und den latenten Funktionen der Unternehmensberatungspraxis sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit
<b>Organisa-tion</b>	<b>Modulverant-wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		II.4b.1 Grundlagen der Organisationsberatung: Konzepte und Prozesse II.4b.2 Kritische Perspektiven der Organisationsberatung

Lehrveranstaltung		II.4b.1 Grundlagen der Organisationsberatung: Konzepte und Prozesse			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden der Begleitung und Beratung von Organisationen in Veränderungsprozessen nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>die Entwicklung des Verständnisses, wie ein vollständiger Beratungsprozess abläuft.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial	X		
	Inhalte	<p>Konzepte der Organisationsberatung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Strategieberatung</li> <li>Prozessberatung</li> <li>Systemische Organisationsberatung</li> <li>Organisationsentwicklung</li> </ul>			
		<p>Prozess der Organisationsberatung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beratungsmarketing und Auftragsakquisition</li> <li>Problemanalyse (Ist-Analyse), Prognosen und Zielsetzung von Projekten</li> <li>Problemlösung (Sollkonzepterstellung) und Realisierungsplanung</li> <li>Präsentation und Berichterstellung von Beratungsergebnissen</li> <li>Realisierung (Umsetzung)</li> <li>Auftragsabschluss und Evaluation</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Bülow, S. (2022): Consulting (Einführungs- und Begleitskript). Lippold, D. (2019): Grundlagen der Unternehmensberatung: Strukturen – Konzepte – Methoden. De Gruyter. Berlin.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Niedereichholz, C. (2010): Unternehmensberatung: Band 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition. Oldenbourg. München und Wien.</p> <p>Niedereichholz, C. (2012): Unternehmensberatung: Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. Oldenbourg. München und Wien.</p>			
	Besonderes	-			

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	4 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	100 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>4 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 100 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 12 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 90 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.4b.2 Kritische Perspektiven der Organisationsberatung			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die kritische Auseinandersetzung mit Moden und Mythen im Management</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, dass die Konzepte von Beratungsfirmen im Allgemeinen nicht an Kriterien wie Validität bzw. Effektivität orientiert sind.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	Inhalte	<p>Kritische Perspektiven der Organisationsberatung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisationsberatung als Motor – oder Bremsklotz - für Innovation</li> <li>• Organisationsberatung als machtpolitisches Instrument</li> <li>• Organisationsberatung als Initiator und Verstärker von Managementmoden</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b>            Bülow, S. (2020): Consulting (Einführungs- und Begleitskript).            Kieser, A. (2005): Wissenschaft und Beratung. Heidelberg.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b>            Pfeffer, J. und Sutton, R.L. (2007): Harte Fakten, gefährliche Halbwahrheiten und absoluter Unsinn: Berühmte Managementthesen auf dem Prüfstand. Econ. Düsseldorf.            Rosenzweig, P. (2008): Der Halo-Effekt: Wie Manager sich täuschen lassen. Vahlen. Stuttgart.            Völker, R. (2008): Managementkonzepte beurteilen und richtig anwenden, München.            von Ameln, F./ Kramer, J./Stark, H. (2009): Organisationsberatung beobachtet: Hidden Agendas und Blinde Flecke, Springer-Gabler. Wiesbaden.</p>			
	Besonderes	-			

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	2 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	50 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 8 Stunden (Aufteilung: 6 Studienzentrum, 1 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 42 Stunden</li> </ul>

## 2.7 Coaching

Modulbezeichnung		II.5b Modul Coaching
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Coaching lässt sich im Gegensatz zur Unternehmensberatung als Einzelberatung verstehen, bei der Personen mit Managementaufgaben mit Hilfe eines Coaches Problemsituationen systematisch analysieren und durch unterstützende Methoden selbst Lösungen entwickeln. Der Klient lernt daher im Idealfall, seine Probleme selber zu lösen, klare Ziele zu setzen und wieder eigenständig effektive Ergebnisse zu produzieren. Ein spezieller, aber nicht unumstrittener Ansatz hierbei ist, dass Führungskräfte als Coach für ihre Mitarbeiter fungieren können.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden somit befähigt, die entsprechenden Instrumente des Coachings im Rahmen von Personalentwicklung und Change-Prozessen in der praktischen Arbeit gezielt und bewusst einzusetzen. Sie erarbeiten sich die Kompetenz, geeignete Coaches auszuwählen, Entwicklungsprozesse als Prozessverantwortlicher zu steuern und zu kontrollieren sowie die Tools in geeigneter Weise selbst anzuwenden und Prozessberatungen und -begleitung durchzuführen.</p> <p>Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen eines Coaching-Prozesses und dessen Erfolgsfaktoren erläutern.</li> <li>• Relevante Coaching-Tools darstellen und bzgl. ihrer Wirkungen kritisch diskutieren.</li> <li>• die Qualitätsanforderungen an die Auswahl eines Coaches erläutern und kritisch diskutieren.</li> <li>• die Rolle der Führungskraft als Coach angeben und deren Vorteile und Nachteile kritisch darstellen.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	<p>Coaching: Grundlagen, Prozess und Methoden</p> <p>Coaching: Qualitätssicherung und die Rolle der Führungskraft als Coach</p>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Immatrikulation ins 2. Fachsemester
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	Nachhaltigkeit impliziert effektives und effizientes Führungshandeln bzw. Managemententscheidungen - und somit in vielen Fällen eine kompetente Unterstützung dieser Entscheidungen durch Coaches. Die Studierenden sollen für die verschiedenen Anforderungen und Problemfelder der Coachingpraxis sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.

<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit und 15-minütige mündliche Prüfung (Online-Präsentation) im Verhältnis 30 / 70
<b>Organisa- tion</b>	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>II.5b.1 Coaching: Grundlagen, Prozess und Methoden</p> <p>II.5b.2 Coaching: Qualitätssicherung und die Rolle der Führungskraft als Coach</p>

Lehrveranstaltung		II.5b.1 Coaching: Grundlagen, Prozess und Methoden			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden der Begleitung und Beratung von Einzelpersonen in Veränderungsprozessen nachzu vollziehen und zu reflektieren.</li> <li>die Entwicklung des Verständnisses, wie ein vollständiger Coaching-Prozess abläuft.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
	Inhalte	<p>Coaching: Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundverständnis und Definitionen</li> <li>Anlässe, Ziele, Inhalte, Nutzen</li> <li>Wirkfaktoren des Coachings</li> </ul> <p>Coaching: Prozess und Methoden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Coaching-Ablauf</li> <li>Coaching-Tools</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Jauer, E.-M. (2022): Coaching (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Ryba &amp; Rot (2019): Coaching und Beratung in der Praxis: Ein neurowissenschaftlich fundiertes Integrationsmodell. Klett-Cotta</p> <p>Ryba &amp; Rot (2016): Coaching, Beratung und Gehirn: Neurobiologische Grundlagen wirksamer Veränderungskonzepte. Klett-Cotta</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Birgmeier, B. (2011) (Hrsg.): Coachingwissen. Wiesbaden: Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Birgmeier, B. (2011): Was Coachs wissen sollten: Qualitätssicherung, In: ManagerSeminare know-how, Sonderheft Techniken und Themen des Coachings, Juni, Heft 159, S.4-8. Bonn: ManagerSeminare.</p> <p>Migge, B. (2018): Handbuch Coaching und Beratung: Wirkungsvolle Modelle, kommentierte Falldarstellungen, zahlreiche Übungen. Beltz. Weinheim.</p> <p>Migge, B. (2017): Handbuch Business-Coaching. Beltz. Weinheim.</p> <p>Wehrle, M. (2011): Die 100 besten Coaching-Übungen. Das große Workbook für Einsteiger und Profis zur Entwicklung der eigenen Coaching-Fähigkeiten. 2. Aufl., Bonn: ManagerSeminare.</p>			
	<b>Besonderes</b>	-			

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.5b.2 Qualitätssicherung und die Rolle der Führungskraft als Coach			
Ausgestaltung	<b>Qualifikationsziele</b>	Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch <ul style="list-style-type: none"> <li>• ein vertieftes Verständnis der Qualitätsanforderungen an die Ausbildung und die Auswahl von Coaches.</li> <li>• die Befähigung, die Rolle von Führungskräften als Coaches nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, wie der Coaching-Prozess durch digitale Medien unterstützt werden kann.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
	<b>Inhalte</b>	Coaching: Qualitätsperspektiven <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswahl eines Coaches</li> <li>• Die Führungskraft als Coach</li> </ul>			
		Coaching: Trends <ul style="list-style-type: none"> <li>• e-Coaching: Nutzenpotenziale und Grenzen</li> </ul>			
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	<b>Lehr- / Lernmethoden</b>	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	<b>Literatur / Lehrmaterial</b>	<b>Literatur</b> Jauer, E.-M. (2020): Coaching (Einführungs- und Begleitskript). Migge, B. (2018): Handbuch Coaching und Beratung: Wirkungsvolle Modelle, kommentierte Falldarstellungen, zahlreiche Übungen. Beltz. Weinheim.			
		<b>Empfehlungen</b> Birgmeier, B. (2011): Was Coachs wissen sollten: Qualitätssicherung, In: ManagerSeminare know-how, Sonderheft Techniken und Themen des Coachings, Juni, Heft 159, S.4-8. Bonn: ManagerSeminare. Haberleitner, E., Deistler, E., Ungvari, R. (2009): Führen Fördern Coachen. So entwickeln Sie die Potenziale Ihrer Mitarbeiter. München: Redline Verlag. Hamann, A., Huber, J. J. (2001): Coaching. Die Führungskraft als Trainer. 4., aktualisierte und erw. Auflage. Leonberg: Rosenberger. Heller, J. / Triebel, C. (2017): Digitale Medien im Coaching: Grundlagen und Praxiswissen zu Coaching-Plattformen und digitalen Coaching-Formaten. Springer. Berlin. Hießböck, H.-C. (2010): Die Führungskraft als Coach: Zur Frage, ob Führungskräfte coachen dürfen und sollen. VDM. Saarbrücken. Migge, B. (2017): Handbuch Business-Coaching. Beltz. Weinheim. Triebel, C. / Heller, J. (2016): Qualität im Coaching: Denkanstöße			

		und neue Ansätze: Wie Coaching mehr Wirkung und Klientenzufriedenheit bringt. Springer. Berlin.
	<b>Besonderes</b>	-
<b>Organisation</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

# FACHRICHTUNG III: HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

## 2.8 Grundlagen des Human Resource Managements

Modulbezeichnung		II.3c Modul Grundlagen des Human Resource Managements
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	Qualifikationsziele	<p>Die Entwicklung bzw. die Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit und Wandlungsfähigkeit von Unternehmen bzw. Organisationen hängen in hohem Maße von einem effektiven Einsatz der Humanpotenziale ab. Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, ein Grundverständnis des modernen Human Resource Managements zu entwickeln und kritisch reflektieren zu können.</p> <p>Dazu gehören die relevanten Themenfelder des operativen HRM wie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalplanung</li> <li>• Personalbeschaffung / -auswahl</li> <li>• Personaleinsatz</li> <li>• Personalentwicklung / Weiterbildung</li> <li>• Personalfreisetzung</li> <li>• Personalcontrolling</li> </ul> <p>sowie relevante Felder des Arbeitsrechts</p> <p>Die AbsolventInnen dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verfügen über ein breites und integriertes Wissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen des Human Resources Management (HRM), welches wesentlich über das auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung vorhandene Wissen hinausgeht.</li> <li>• verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des HRM ihres Studienprogramms und sind in der Lage, ihr Wissen selbstständig zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur.</li> <li>• können ihr Wissen und Verstehen praktisch anwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und weiterentwickeln.</li> </ul>
	Inhalte	Konzepte und theoretische Grundlagen des HRM Anwendungsfelder des HRM: Good Practices
	Lehr- / Lernformen	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
Voraussetzungen für die Teil-	Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompeten-	Immatrikulation ins 2. Fachsemester

<b>nahme</b>	<b>tenzen</b>	
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert einen effektiven und effizienten Umgang mit den Humanpotenzialen einer Organisation.</p> <p>Die Studierenden sollen daher für die Herausforderungen sensibilisiert werden, die im Umgang mit den „Humanressourcen“ – in Abgrenzung zu finanziellen bzw. materiellen Ressourcen entstehen, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		R Referat / Präsentation (Online-Präsentation)
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programm-lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>II.3c.1 Konzepte und theoretische Grundlagen des HRM</p> <p>II.3c.2 Anwendungsfelder des HRM: Good Practices</p>

Lehrveranstaltung		II.3c.1 Konzepte und theoretische Grundlagen des HRM			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden des HRM nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>die Entwicklung des Verständnisses, wie relevante Methoden und Tools des operativen HRM in der Praxis eingesetzt werden.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
	Inhalte	<p>Theorien und Konzepte des HRM</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung: Grundverständnis des Personalmanagements</li> <li>Theoretische Grundlagen</li> <li>Entwicklung der Personalfunktion</li> <li>Prozesse und Strukturen im HRM</li> </ul>			
		<p>Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
	Lehr- / Lernmethoden	<p>Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten</p>			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. / Huhndorf, D. (2022): Grundlagen des Human Resource Managements (Einführungs- und Begleitskript). Berthel / Becker (2022): Personal-Management. Schäffer-Pöschel.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Bartscher, T. / Nissen, R. (2017): Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. Pearson. Halbergmoos. Holtbrügge, D. (2018). Personalmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9">https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9</a></p> <p>Miebach, B. (2017). Handbuch Human Resource Management. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5">https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5</a></p> <p>Scholz, C. (2014). Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen (Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, 6., neubearb. und erw. Aufl.). München: Vahlen.</p>			
	Besonderes	-			

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.3c.2 Anwendungsfelder des HRM: Good Practices			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Entwicklung des Verständnisses, wie relevante Methoden und Tools des operativen HRM in der Praxis eingesetzt werden.</li> <li>Good-Practice-Beispiele, wie in zentralen Funktionsbereichen der betrieblichen Praxis ein modernes Human Resources Management ausgestaltet werden kann. Sie sind in der Lage, diese Praxisbeispiele differenziert zu analysieren und bewerten.</li> <li>die Entwicklung einer Übersicht über relevante Felder des Arbeitsrechts</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
	Inhalte	Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
		<p>Handlungsfelder des Operativen Human Resource Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Personalplanung</li> <li>Personalbeschaffung / -auswahl</li> <li>Personaleinsatz</li> <li>Personalentwicklung / Weiterbildung</li> <li>Personalfreisetzung</li> <li>Personalcontrolling</li> <li>relevante Felder des Arbeitsrechts</li> </ul>			
	Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. / Huhndorf, D. (2022): Grundlagen des Human Resource Managements (Einführungs- und Begleitskript). Berthel / Becker (2022): Personal-Management. Schäffer-Pöschel.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Bartscher, T. / Nissen, R. (2017): Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. Pearson. Halbergmoos. Holtbrügge, D. (2018). Personalmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9">https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9</a> Junker (2018): Grundkurs Arbeitsrecht, C.H.Beck, 17. neu bearbeitete Auflage</p>			

		<p>Miebach, B. (2017). Handbuch Human Resource Management. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.  <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5">https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5</a></p> <p>Sakowski (2014): Arbeitsrecht, Heidelberg: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Scholz, C. (2014). Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen (Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, 6., neubearb. und erw. Aufl.). München: Vahlen.</p>
	<b>Besonderes</b>	-
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## 2.9 Strategisches Human Resource Management

Modulbezeichnung		II.4c Modul Strategisches Human Resource Management
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Entwicklung bzw. die Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit und Wandlungsfähigkeit von Unternehmen bzw. Organisationen hängen in hohem Maße von der Gestaltung der Rahmenbedingungen für einen effektiven Einsatz der Humanpotenziale ab. Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, ein Grundverständnis des strategischen Human Resource Managements zu entwickeln und kritisch reflektieren zu können.</p> <p>Im Wesentlichen gehören dazu die beiden folgenden Themenfelder im Zusammenhang mit strategischen Fragen des HRM</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundprinzipien und Methoden des strategischen HRM</li> <li>• Beitrag des HRM zum Unternehmenserfolg</li> </ul> <p>Die AbsolventInnen dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erkennen die strategischen Anforderungen an Personalmanager, die sich aus den Ansätzen eines modernen Human Resources Managements ableiten lassen und können diese kritisch reflektieren.</li> <li>• können anhand relevanter Konzepte und Modelle den Wertbeitrag des HRM am Unternehmenserfolg erklären.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	Strategisches Human Resource Management: Grundlagen Strategisches Human Resource Management: Wertbeitrag und Erfolgsmessung
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Immatrikulation ins 2. Fachsemester
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	Nachhaltigkeit impliziert einen effektiven und effizienten Umgang mit den Humanpotenzialen einer Organisation. Die Studierenden sollen daher für die Herausforderungen sensibilisiert werden, die in Bezug auf strategische Handlungsfelder des HRM entstehen, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit

<b>Organisa- tion</b>	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
	<b>Lehrveranstaltungen</b>	II.4c.1 Strategisches Human Resource Management: Grundlagen II.4c.2 Strategisches Human Resource Management: Wertbeitrag und Erfolgsmessung

Lehrveranstaltung		II.4c.1 Strategisches Human Resource Management: Grundlagen			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden des strategischen HRM nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>die Entwicklung des Verständnisses, wie relevante Methoden und Tools des strategischen HRM in der Praxis eingesetzt werden.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<p>Strategisches Human Resource Management: Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ausgangssituation: Human Resources und Unternehmenserfolg</li> <li>Unternehmens- und Personalstrategie</li> <li>Modelle und Konzepte des strategischen HRM (Ulrich)</li> <li>Architektur / Organisation des Strategischen HRM</li> </ul>			
		<p>Strategisches Human Resource Management: Methoden und Instrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Strategische Personalplanung</li> <li>Strategisches Kompetenzmanagement</li> <li>HR Scorecards</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
Literatur / Lehrmaterial		<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. / Huhndorf, D. (2022): Strategisches Human Resource Management (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Batz (2021): Strategisches Personalmanagement. Kohlhammer.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Holtbrügge, D. (2018). Personalmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9">https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9</a></p> <p>Lebrenz, C., (2017): Strategisches Personalmanagement – das Spannungsfeld zwischen Strategie und Personal. In: Strategie und Personalmanagement. Springer Verlag, Heidelberg, S. 11-54.</p> <p>Miebach, B. (2017). Handbuch Human Resource Management. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5">https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5</a></p> <p>Rees, G. &amp; Smith, P. E. (2014). Strategic Human Resource Management. Sage.</p> <p>Scholz, C. (2014). Personalmanagement. Informationsorientierte</p>			

		und verhaltenstheoretische Grundlagen (Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, 6., neubearb. und erw. Aufl.). München: Vahlen Stock-Homburg, R. (2013): Handbuch Strategisches Personalmanagement. Springer Gabler: Wiesbaden. Syed, J. & Kramar, R. (2017). Human Resource Management. A global and critical perspective (2nd edition). London: Palgrave Macmillan.
	<b>Besonderes</b>	-
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"><li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li><li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li></ul>

Lehrveranstaltung		II.4c.2 Strategisches Human Resource Management: Wertbeitrag und Erfolgsmessung			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden des strategischen HRM nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, welchen Beitrag das HRM zum Unternehmenserfolg leistet und entsprechende Methoden erörtern zu können</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<p>Strategisches Human Resource Management: Wertbeitrag und Erfolgsmessung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empirische Studien</li> <li>• Human Capital Management (Scholz)</li> <li>• Wertorientiertes Personalmanagement (DGFP)</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		<p><b>Literatur</b>            Reinhardt, R. / Huhndorf, D. (2020): Strategisches Human Resource Management (Einführungs- und Begleitskript).            Batz (2021): Strategisches Personalmanagement. Kohlhammer.</p> <p><b>Empfehlungen</b>            Holtbrügge, D. (2018). Personalmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9">https://doi.org/10.1007/978-3-662-55642-9</a>            Lebrenz, C., (2017): Strategisches Personalmanagement – das Spannungsfeld zwischen Strategie und Personal. In: Strategie und Personalmanagement. Springer Verlag, Heidelberg, S. 11-54.            Miebach, B. (2017). Handbuch Human Resource Management. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5">https://doi.org/10.1007/978-3-658-10239-5</a>            Rees, G. &amp; Smith, P. E. (2014). Strategic Human Resource Management. Sage.            Scholz, C. (2014). Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen (Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, 6., neubearb. und erw. Aufl.). München: Vahlen            Stock-Homburg, R. (2013): Handbuch Strategisches Personalmanagement. Springer Gabler: Wiesbaden.</p>			

		Syed, J. & Kramar, R. (2017). Human Resource Management. A global and critical perspective (2nd edition). London: Palgrave Macmillan.
	<b>Besonderes</b>	-
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## 2.10 Digital Human Resource Management

Modulbezeichnung		II.5c Digital Human Resource Management
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Der HR-Bereich selbst – und somit auch dessen Methoden und Instrumente – wird zunehmend mehr von den Trends zur Digitalisierung beeinflusst. Kurz: Ein modernes und somit wettbewerbsrelevantes HRM ist ohne eine kompetente Auseinandersetzung mit dem Thema Digitalisierung“ nicht denkbar. Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, ein Grundverständnis des Digitalen Human Resource Managements zu entwickeln und kritisch reflektieren zu können.</p> <p>Im Wesentlichen gehören dazu die folgenden Themenfelder im Zusammenhang mit der Digitalisierung des HRM</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevanz der Digitalisierung und Potenziale neuer Technologien für HR</li> <li>• Anwendungsfelder des Digitalen HR (Recruiting, Learning &amp; Development)</li> <li>• Kritische Perspektiven zur Digitalisierung (Big Data, Algorithmen)</li> <li>• Digital HR - Schlussfolgerungen für die HR-Funktion: Strukturen und Führungsverständnis</li> </ul> <p>Digitaler Reifegrad von HR-Prozessen, HR-Prozesse (z. B. Recruiting, Personalverwaltung, Training, Talent Management) können sich hinsichtlich ihrer digitalen Reife und ihrer effektiven Umsetzung maßgeblich unterscheiden. Hierzu gehören auch Aspekte wie die Realisierung mobilen Arbeitens und agiler Arbeitsformen</p> <p>Die AbsolventInnen dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erkennen die Anforderungen an ein Digitales HRM – vor allem in Hinblick auf die HR-Digitalisierungsstrategie, den Aufbau der HR-Funktion, die Implikationen für HR-Prozesse und für ein „digitales Führungsverständnis“.</li> <li>• können anhand relevanter Konzepte, Modelle und Fallbeispiele Anwendungsfelder des Digitalen HRM beschreiben, erklären und kritisch reflektieren.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	Grundlagen des Digitalen HRM Methoden und Anwendungsfelder des Digitalen HRM
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Vorlesung mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Immatrikulation ins 2. Fachsemester
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte

<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert einen effektiven und effizienten Umgang mit den Humanpotenzialen einer Organisation.</p> <p>Die Studierenden sollen daher für die Herausforderungen sensibilisiert werden, die im Umgang mit der Digitalisierung der HR-Funktion und der Implementierung digitaler Methoden und Instrumenten entstehen, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit und 15-minütige mündliche Prüfung (Online-Präsentation) im Verhältnis 30 / 70
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>II.5c.1 Grundlagen des Digitalen HRM</p> <p>II.5c.2 Methoden und Anwendungsfelder des Digitalen HRM</p>

Lehrveranstaltung		II.5c.1 Grundlagen des Digitalen HRM			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Befähigung, Herausforderungen für die Digitalisierung von HRM nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>die Befähigung, die Implikationen der Digitalisierung von HRM – gerade in Hinblick auf Strategie und Führung - kritisch diskutieren zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitaler Reifegrad von HR-Prozessen - Schlussfolgerungen für die HR-Funktion</li> <li>• Strategische Verankerung von digitalen HR-Lösungen</li> <li>• Neues Führungsverständnis und Mitarbeiterrollen im HR-Bereich</li> </ul>			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
		Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Althammer, J. (2022): Digital Human Resources Management (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Petry, T. / Jäger, W. (Hrsg.) (2021): Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement. Stuttgart: Haufe.</p>			
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Appel, W. / Wahler, M. (2018): Die digitale HR-Organisation: Wo wir stehen, was wir brauchen. München: Luchterhand</p> <p>Schwuchow, K. / Gutmann, J. (Hrsg.) (2018): HR-Trends 2019 - inklusive Arbeitshilfen online: Strategie, Digitalisierung, Diversität, Demografie. Stuttgart: Haufe</p> <p>Ternes, A. / Wilke, C.-D. (2018): Agenda HR – Digitalisierung, Arbeit 4.0, New Leadership: Was Personalverantwortliche und Management jetzt nicht verpassen sollten. SpringerGabler: Berlin.</p>			
	Besonderes	-			

Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.5c.2 Methoden und Anwendungsfelder des Digitalen HRM			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden des Digitalen HRM nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>die Befähigung, Prozesse und Methoden der Digitalisierung kritisch diskutieren zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
Ausgestaltung	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendungsfelder des Digitalen HR-Recruiting, Learning &amp; Development) <ul style="list-style-type: none"> <li>Employer Branding / Personalmarketing</li> <li>Recruiting</li> <li>Personalplanung und Personalverwaltung</li> <li>Learning &amp; Development</li> <li>Unternehmenskultur; Performance Management, Feedback</li> <li>BGM</li> <li>BR und Datenschutz</li> <li>Zusammenarbeit <ul style="list-style-type: none"> <li>Holacracy / agile Organisationsformen</li> <li>OKR</li> <li>Scrum/Kanban</li> <li>Instrumente z.B. Jira, Trello, Slack usw.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>Fallstudien zum Digitalen HR</li> <li>Kritische Perspektiven zur Digitalisierung (Big Data, Algorithmen)</li> </ul>			
		Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten		
		Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten		
		Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Althammer, J. (2022): Digital Human Resources Management (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Petry, T. / Jäger, W. (Hrsg.) (2021): Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement. Stuttgart.</p>		

		gart: Haufe
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Appel, W. / Wahler, M. (2018): Die digitale HR-Organisation: Wo wir stehen, was wir brauchen. München: Luchterhand</p> <p>Schwuchow, K. / Gutmann, J. (Hrsg.) (2018): HR-Trends 2019 - inklusive Arbeitshilfen online: Strategie, Digitalisierung, Diversität, Demografie. Stuttgart: Haufe</p> <p>Ternes, A. / Wilke, C.-D. (2018): Agenda HR – Digitalisierung, Arbeit 4.0, New Leadership: Was Personalverantwortliche und Management jetzt nicht verpassen sollten. SpringerGabler: Berlin.</p>
	<b>Besonderes</b>	-
Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

# FACHRICHTUNG IV: CONSUMER BEHAVIOR

## 2.11 Werbepsychologie & Konsumentenverhalten

Modulbezeichnung	II.3d Modul Werbepsychologie & Konsumentenverhalten
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Die ersten Litfaßsäulen sind Zeugen, dass Konsumentinnen und Konsumenten seit über 150 Jahren schon beworben werden. Aber es heißt auch, schon im alten Ägypten vor 4000 Jahren v.C. gab es mit Marktschreieren oder Steintafeln erste „Werbekampagnen“.</p> <p>Mit zunehmender Industrialisierung und ökonomischen Wandel buhlen immer mehr Firmen um unsere Aufmerksamkeit mit Ihren Angeboten, neuen Produkten und Marken. Und nicht mehr nur im „analogen“ Bereich, wie direkt am POS (Point-of-Sale) doch vermehrt auch im digitalen Bereich.</p> <p>Nach Schätzungen werden wir von 3,000 Werbebotschaften täglich „umgarnt“. Manche Schätzungen sprechen sogar von 10,000.</p> <p>Aber – was macht das mit uns? Wie muss denn bei der Fülle an Informationen, denen wir tagtäglich ausgesetzt sind, Werbung gestaltet sein, dass Sie uns überhaupt erreicht, damit auch Unternehmen und Organisationen Ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit sicherstellen? Und was bedeutet die Digitalisierung in diesem Kontext, da Konsumenten ja nicht mehr nur im stationären Bereich anzufinden sind, sondern Ihre Consumer Journey über den digitalen Bereich erweitern?</p> <p>Somit geht es nicht nur um eine betriebswirtschaftliche, sondern notwendigerweise um eine psychologische Betrachtungsweise.</p> <p>In diesem Modul werden die psychologisch theoretisch-konzeptionellen und methodischen Grundlagen gelegt und folgende Themenfelder vermittelt bzw. vertieft:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kognitionspsychologische Grundlagen: Wie erfolgt die Reizverarbeitung – vom Eintreffen eines Sinnesreizes, zur Aktivierung / Aufmerksamkeit zum Verstehen und Speicherung im Gedächtnis.</li> <li>• Inwieweit spielen unsere Motivation und Emotionen bei der Verarbeitung von Marketingstrategien eine Rolle?</li> <li>• Welche Werbewirksamkeits-Modelle gibt es, die versuchen zu erklären, wie unsere Einstellungen durch Marketingmaßnahmen geändert werden sollen.</li> <li>• Was helfen uns unsere Einstellungen im Kontext von Konsumententscheidungen und wie kommen diese generell zustande.</li> <li>• Was passiert, wenn wir konsumbezogene Entscheidungen treffen? Sind wir da immer im Einklang mit uns und unseren Einstellungen oder gibt es auch Dissonanzen?</li> <li>• Inwieweit gibt es denn auch psychologische Fallstricke in der Werbung – worauf sollte geachtet werden?</li> <li>• Wie könnte Werbung denn schlussendlich aus psychologischer Sicht optimiert werden? Und wie kann das in eine eigene Werbung integriert werden?</li> </ul> <p>Die AbsolventInnen dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verfügen über ein breites und integriertes Wissen und verstehen die wissenschaftlichen psychologischen Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie, welches wesentlich über das auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung vorhandene Wissen hinausgeht.</li> <li>• verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Markt- und Werbepsychologie ihres Studienprogramms und sind in der Lage, ihr Wissen selbstständig zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur.</li> <li>• können ihr Wissen und Verstehen praktisch anwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und weiterentwickeln.</li> </ul>

	<b>Inhalte</b>	Psychologische Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie Anwendungsfelder der Markt- und Werbepsychologie
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispieln und Kleingruppenarbeiten
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	Nachhaltigkeit ist ein Megatrend und spielt damit gerade in unserem Konsumverhalten eine große Rolle, welcher alle Akteure gerecht werden sollten und müssen. Die Studierenden sollen für verschiedene Anforderungen und Problemfelder von Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor im Konsum sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Dana Müller
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"><li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 7 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmieren)</li><li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li></ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		II.3d.1 Psychologische Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie II.3d.2 Umsetzung in der Werbung

Lehrveranstaltung		II.3d.1 Psychologische Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie				
		<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden der Markt- und Werbepsychologie nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, welche Implikationen der Allgemeinen und Sozial-Psychologie für unser digitales Konsumverhalten von Bedeutung sind.</li> </ul>				
	Qualifikationsziele	Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen	
Ausgestaltung	Inhalte	Fach	X	X	X	
		System	X	X	X	
		Selbst	X	X	X	
		Sozial				
		<p>Kognitionspsychologische Grundlagen: Aufnahme, Verarbeitung und Speicherung von Informationen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bei der Fülle von Informationen, der wir täglich ausgesetzt sind - Wie kann Werbung aktivierend sein? Von subliminalen Priming und Werbung (funktioniert das?), zu unbewusster und bewusster Aufmerksamkeit und Wahrnehmung, von affektiven, kollativen und salienten Stimuli.</li> <li>• Welche Sinne können durch Werbung wie angesprochen werden? Was bedeuten bestimmte Marketing- und Verkaufsstrategien für unser (digitales) Konsumverhalten?</li> <li>• Was bedeutet Multisensorik – und kann das auch im digitalen Kontext umgesetzt werden?</li> <li>• Werbung versucht uns nachhaltig zu beeinflussen – welche Möglichkeiten gibt es, dass Werbung, Marken, Produkte im Gedächtnis verankert bleiben – von Tandem-Spots, assoziativen Netzen, Primacy- und Recencyeffekt.</li> </ul>				
		<p>Motivation und Emotionen und werbliche Einbettung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie Marketing mit unseren Emotionen spielt, um unser Konsumverhalten zu beeinflussen oder – wieso sollten analoge Uhren im Schaufenster / Werbung auf 10 vor 10 stehen?</li> <li>• Welche Motive können durch Marketingstrategien angesprochen werden? Gibt es geschlechterspezifische Motive oder alles nur „Werbetricks“?</li> </ul>				
		<p>Einstellungen und Einstellungsänderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was der IKEA Effekt mit unseren Einstellungen zu tun hat und wie implizite und explizite Einstellungen unser Konsumverhalten beeinflussen (oder auch nicht?).</li> <li>• Wie erklären Modelle zur Werbewirksamkeit (z.B. Stufenmodelle wie AIDA, Zwei-Prozess-Modelle wie ELM), wie uns Marke-</li> </ul>				

		<p>tingstrategien beeinflussen und unsere Einstellungen beeinflusst werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie gehen wir damit um, dass wir ökonomisch nachhaltig leben wollen und doch den Coffee-to-go nehmen im Pappbecher? Von unserem Balancestreben und der Dissonanztheorie und Dissonanzauflösung.</li> </ul> <p>Funktionieren Marketingmaßnahmen „immer“?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fallstricke der Werbung: Reaktanz, Vampireffekt, Bumerangeffekt, Too-much choice effect</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispielen und Kleingruppenarbeiten
	<b>Lehr- / Lernmethoden</b>	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispielen und Kleingruppenarbeiten
	<b>Literatur / Lehrmaterial</b>	<p><b>Literatur</b></p> <p>Müller, D. (2022): Werbepsychologie &amp; Konsumentenverhalten (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Kroeber-Riel / Gröppel (2019): Konsumentenverhalten. Vahlen.</p> <p>Bak, P. (2019): Werbe- und Konsumentenpsychologie: Eine Einführung. Schaffer-Poeschel.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie (4. Auflage). Heidelberg: Springer.</p> <p>Kröber-Riel, W. &amp; Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11. Aufl.). München: Vahlen. bis S. 416.</p> <p>Solomon, M.R. (2020). Consumer Behaviour. Buying, Having, and Being (13. Ed.; Chapters 1 to 3). Harlow: Pearson.</p>
	<b>Besonderes</b>	-
<b>Organisation</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	4 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	100 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>4 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 100 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrveranstaltungen/Übungen: 15 Stunden (Aufteilung: 7 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 3 angeleitetes Programmieren)</li> </ul> <p>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 85 Stunden</p>

Lehrveranstaltung		II.3d.2 Umsetzung in der Werbegestaltung						
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexion der theoretischen Grundlagen und der Anwendung dieser.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden der Anwendungsfelder im Bereich der Markt- und Werbepsychologie nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, welche Implikationen dieser Anwendungsfelder für die Digitalisierung von Prozessen im Zusammenhang mit dem Verhalten von KonsumentInnen bedeutsam sind.</li> </ul>						
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen			
		Fach	X	X	X			
		System	X	X	X			
		Selbst	X	X	X			
	Inhalte	Sozial			x			
		<p>Wurden in dem ersten Teil die spezifischen Grundlagen geschaffen, geht es hier vertieft um einige Aspekte zur Umsetzung und Anwendung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Storytelling in der Werbung: Wie Geschichten unsere Einstellung ändern wollen</li> <li>• Die Rolle von Humor und Attraktivität in der Werbung – wirkt das immer gut?</li> <li>• Schlussfolgerungen: Eigene Werbung kreieren</li> </ul>						
		Lehr- / Lernformen	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispiele und Kleingruppenarbeiten					
		Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispiele und Kleingruppenarbeiten					
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Müller, D. (2022): Werbepsychologie &amp; Konsumentenverhalten (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Kroeber-Riel / Gröppel (2019): Konsumentenverhalten. Vahlen.</p> <p>Bak, P. (2019): Werbe- und Konsumentenpsychologie: Eine Einführung. Schaffer-Poeschel.</p>						
		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie (4. Auflage). Heidelberg: Springer.</p> <p>Kröber-Riel, W. &amp; Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11. Aufl.). München: Vahlen. bis S. 416.</p> <p>Solomon, M.R. (2020). Consumer Behaviour. Buying, Having, and Being (13. Ed.; Chapters 1 to 3). Harlow: Pearson.</p>						
		Besonderes						

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	2 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	50 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 5 Stunden (Aufteilung: 2 Studienzentrum, 2 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 45 Stunden</li> </ul>

## 2.12 Digitale Erfahrungswelten und Medienwirklichkeiten

Modulbezeichnung		II.4d Digitale Erfahrungswelten und Medienwirklichkeiten
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>In Deutschland sind mittlerweile über 90% aller Einwohnerinnen und Einwohner vernetzt. Über 80% der Konsumentinnen und Konsumenten suchen online nach Produkten und kaufen Produkte auch online. Somit spielt Digitalisierung eine entscheidende Rolle für Konsumenten und damit natürlich auch für Unternehmen in Hinblick darauf, welche Konsumenten erreichen wollen und über verschiedene Kanäle auch müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.</p> <p>Aber sind wir denn alle gleich digital erreichbar? Oder gibt es hier Unterschiede zwischen Generationen? Hierfür ist es wichtig, sich die psychologischen Erfahrungswelten von Konsumentinnen und Konsumenten anzuschauen, um maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen zu definieren, welche Konsument*innen dort abholen, wo sie stehen und Streuverluste zu vermeiden.</p> <p>So spielen vor allem in jüngeren Generationen Social Media Plattformen eine große Rolle, welche vielfältig von Unternehmen genutzt werden, um Ihre Produkte / Marken zu präsentieren. Mittlerweile habe ca. 80% aller deutschen Jugendlichen zwischen 16 und 29 Jahren einen Instagram-Account (zum Vergleich: Altersgruppe 50-59 Jahre 30% // 60 und älter – 15%). Aber was macht denn aus psychologischer Sicht z.B. Influencer*innen Marketing erfolgreich? Was müssen Organisationen beachten, um hier optimal zu agieren, sich gegenüber Wettbewerbern abzusetzen?</p> <p>Und wie werden wir sonst von (sozialen) Medien beeinflusst – ob bewusst oder mehr oder weniger unbewusst?</p> <p>Somit besteht die Zielsetzung dieses Moduls darin, wissenschaftlichen Grundlagen und Methoden in folgenden Themenfeldern zu vermitteln:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unsere Erfahrungswirklichkeiten über verschiedene Generationen und Kulturen hinweg</li> <li>• Medienpsychologie – wie entscheiden wir uns eigentlich für unser Medium, was erhoffen wir uns davon?</li> <li>• Medienwirklichkeiten oder wieso sind soziale Medien uns eigentlich so wichtig, was macht sie schlussendlich erfolgreich, was machen diese mit uns?</li> <li>• Weiteres zur Psychologie der subtilen Beeinflussung von Konsumentinnen und Konsumenten.</li> </ul> <p>Die AbsolventInnen dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verfügen über ein breites und integriertes Wissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen im Bereich der digitalen Erfahrungs- und Medienwirklichkeiten, welches wesentlich über das auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung vorhandene Wissen hinausgeht.</li> <li>• verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden im Bereich der Medienpsychologie und sind in der Lage, ihr Wissen selbstständig zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur.</li> <li>• können ihr Wissen und Verstehen praktisch anwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und weiterentwickeln.</li> </ul>
<b>Inhalte</b>		Digitale Erfahrungswelten, Medienpsychologie & -wirklichkeiten und

		Psychologie der subtilen Beeinflussung
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispielen und Kleingruppenarbeiten
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des ersten Fachsemesters
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit ist ein Megatrend und spielt damit gerade in unserem Konsumverhalten eine große Rolle, welcher alle Akteure gerecht werden sollten und müssen.</p> <p>Die Studierenden sollen für verschiedene Anforderungen und Problemfelder von Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor im Konsumenten sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit und 15-minütige mündliche Prüfung (Online-Präsentation) im Verhältnis 30 / 70
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Dana Müller
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 7 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmlehrer)</li> <li>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>I.4d.1 Digitale Erfahrungs- und Medienpsychologie</p> <p>I.4d.2 Medienwirklichkeiten &amp; Psychologie der subtilen Beeinflussung</p>

Lehrveranstaltung		I.4d.1 Digitale Erfahrungs- und Medienpsychologie			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden im Bereich der Erfahrungswirklichkeiten und Medienpsychologie nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>die Entwicklung des Verständnisses, welche Implikationen die digitalen Erfahrungswirklichkeiten und Medien generell auf das Konsument*innenverhalten haben und wie Maßnahmen psychologisch optimiert werden können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
Ausgestaltung	Inhalte	<p><b>Digitale Erfahrungswirklichkeiten:</b> Wie ändert sich das Konsumverhalten über unsere Lebensspanne.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kurzer Abriss zu entwicklungspsychologischen Grundlagen</li> <li>Konsumverhalten verschiedener Generationen und Konsequenzen in Bezug auf die Gestaltung von Strategien – sind alle Generation momentan schon digital?</li> <li>Welche Kanäle sollten Unternehmen bespielen, um alle Generationen zu erreichen?</li> <li>Kulturelle und milieuspezifische Unterschiede im Konsum und entsprechende Implikationen.</li> <li>Bezugsgruppeneinflüsse auf Generationenebene und kultureller Ebene oder: warum wir uns im Konsum so verhalten, wie wir uns verhalten.</li> </ul> <p><b>Medienpsychologie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ein Medium für alle? Wie selektieren wir unsere Medien und was tragen diese (sozialen) Medien zu unserem Well-being bei?</li> <li>Wie wirken Medien auf uns?</li> <li>Grundlagen der computervermittelten Kommunikation (CvK).</li> </ul>			
		Lehr- / Lernformen	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten		
		Lehr- / Lernmethoden	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten		
		Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Jauer, E. (2022): Erfahrungs- und Medienwirklichkeiten (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Trepte / Reinecke / Schäwel (2021): Medienpsychologie. Kohlhammer.</p>		

		<p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Batinic, B. &amp; Appel, M. (2008). Medienpsychologie. Heidelberg: Springer.</p> <p>Kröber-Riel, W. &amp; Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11.Aufl.). München: Vahlen. Ab S. 417.</p>
	<b>Besonderes</b>	
<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		I.4d.2 Medienwirklichkeiten & Psychologie der subtilen Beeinflussung			
		<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden im Bereich der Medienwirklichkeiten nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, welche Implikationen unsere Beeinflussbarkeit aufgrund von Medien oder anderen Formaten auf unser Konsumverhalten haben.</li> </ul>			
	Qualifikationsziele	Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
Ausgestaltung	Inhalte	Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial			
		<p><b>Digitale Medienwirklichkeiten:</b> Wie digitale Medien uns beeinflussen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche digitalen Medien sind wir „ausgesetzt“? Welche sozialen Medien spielen eine Rolle?</li> <li>• Was sind Treiber für eine positive Einstellung von Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber Werbung in sozialen Medien oder: worauf Firmen besonders achten sollten.</li> <li>• Was macht Influencer*innen-Marketing erfolgreich? <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die psychologischen Grundlagen des Influencer-Marketings (Word-of-Mouth, Aufbau parasozialer Beziehungen).</li> <li>○ Worauf Unternehmen achten sollten bei der Auswahl Ihrer Influencerinnen oder: Was Influencerinnen Marketing erfolgreich macht (Glaubwürdigkeit, Attraktivität, Match-up).</li> <li>○ Influencerinnen-Marketing – immer gut? Psychologische Fallstricke (Source Attractiveness Model, Omnipräsenz und negatives Image von Influencer*innen sowie: mit Kanonen auf Spatzen schießen – die Auswahl der geeigneten Influencerinnen)</li> </ul> </li> </ul> <p>Wie können soziale Medien verbessert werden? - Psychologie der weiteren (subtilen) (digitalen) Beeinflussung von Konsumentinnen und Konsumenten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Product Placement // Branded Entertainment // AdGaming // MMORPG</li> <li>• Grundlagen solcher Formate: vom Source Credibility Model; Aufmerksamkeitsbefunden; Lerntheorien und dem Halo-Effekt</li> <li>• Kongruenzforschung: wirkt Mon-Cherie Werbung auch in Horrorfilmen?</li> </ul>			

	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten
	<b>Lehr- / Lernmethoden</b>	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispielen und Kleingruppenarbeiten
	<b>Literatur / Lehrmaterial</b>	<p><b>Literatur</b>  Jauer, E. (2022): Medienpsychologie (Einführungs- und Begleitskript).  Trepte / Reinecke / Schäwel (2021): Medienpsychologie. Kohlhammer.</p> <p><b>Empfehlungen</b>  Batinic, B. &amp; Appel, M. (2008). Medienpsychologie. Heidelberg: Springer.</p> <p>Gavilanes, J. M., Flatten, T. C., &amp; Brettel, M. (2018). Content strategies for digital consumer engagement in social networks: Why advertising is an antecedent of engagement. <i>Journal of Advertising</i>, 3367, 1–20.</p> <p>Kröber-Riel, W. &amp; Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11.Aufl.). München: Vahlen. Ab S. 417.</p>
	<b>Besonderes</b>	
	<b>ECTS-Punkte</b>	3 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	75 Stunden
<b>Organisation</b>	<b>Workload</b>	<p>3 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 75 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 10 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 5 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 65 Stunden</li> </ul>

## 2.13 Digitale Konsumentinnen und Konsumenten

Modulbezeichnung		II.5d Modul Digitale Konsumentinnen und Konsumenten
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Wie in den anderen Modulen bereits herausgearbeitet, werden wir auf vielfältigste Art und Weise durch neue Medien, durch neue soziale Onlinemedien etc. in unserem Selbst, in unserem Verhalten und auch Konsumentenverhalten beeinflusst. Mit diesem digitalen Wandel und uns als „Homo Digitales“ gehen Chancen aber auch Risiken einher.</p> <p>Somit stellt sich natürlich auch für Unternehmen die Frage, was dies denn eigentlich bedeutet für deren Strategien. Wann sollten (digitale) Konsument*innen wie angesprochen werden? Wie bewegen sich Konsument*innen denn eigentlich entlang Ihrer digitalen Consumer Journey? Welche Touchpoints sind relevant? Wie entscheiden und kaufen Konsument*innen als Homo Digitalis heute?</p> <p>Daneben stellt sich auf individueller Ebene natürlich auch die Frage, wie wir uns selbst ändern in unserer Persönlichkeit – was macht das Internet mit uns, mit unserem Selbst, was macht den Homo Digitalis aus?</p> <p>Und: Was bedeutet das eigentlich auch in Richtung Medienethik, welche Verantwortung tragen hierbei auch Firmen?</p> <p>Die AbsolventInnen dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verfügen über ein breites und integriertes Wissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen im Themenfeld „Homo Digitalis: Grundlagen &amp; Implikationen für den Konsum“, welches wesentlich über das auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung vorhandene Wissen hinausgeht.</li> <li>• verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Anwendungsfelder im Bereich „Homo Digitalis“ und sind in der Lage, ihr Wissen selbstständig zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur.</li> <li>• können ihr Wissen und Verstehen praktisch anwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet erarbeiten und weiterentwickeln.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	<p>II.5d.1 Homo Digitales: Digitale Konsument*innen: Implikationen unseres „neuen“ Konsumverhaltens für strategische Entscheidungen von Firmen</p> <p>II.5d.2 Homo Digitalis – wer sind wir?</p>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispiele und Kleingruppenarbeiten
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte

<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module der ersten beiden Fachsemester
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit ist ein Megatrend und spielt damit gerade in unserem Konsumverhalten eine große Rolle, welcher alle Akteure gerecht werden sollten und müssen.</p> <p>Die Studierenden sollen für verschiedene Anforderungen und Problemfelder von Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor im Konsum sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln reflektieren und verbessern zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		R Referat / Präsentation (Online-Präsentation)
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Dana Müller
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 9 virtuellen Lernraum, 2 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		<p>II.5d.1 Homo Digitales - Digitale Konsument*innen: Implikationen unseres „neuen“ Konsumverhaltens für strategische Entscheidungen von Firmen</p> <p>II.5d.2 Homo Digitales – wer sind wir?</p>

Lehrveranstaltung		II.5d.1 Homo Digitalis: Implikationen unseres „neuen“ Konsumverhaltens für strategische Entscheidungen von Firmen						
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden im Bereich des Homo Digitalis nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, welche Implikationen der Homo Digitalis für unser Konsumverhalten aufweist und was das für Firmen bedeutet</li> </ul>						
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen			
		Fach	X	X	X			
		System	X	X	X			
		Selbst	X	X	X			
		Sozial						
Ausgestaltung	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer Journey in Zeiten des digitalen Einkaufs – wie wir Einkaufsentscheidungen treffen und was das für strategische Marketingentscheidungen bedeutet <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Von Online-Impulskäufe und Collaborative Filtering</li> <li>◦ Neuromarketing in digitalen Zeiten (z.B. Multisensorik)</li> <li>◦ Digital Consumer Index</li> </ul> </li> <li>• Wie können neuere zukünftige Formate uns im Konsumverhalten beeinflussen: Von virtual reality, was unsere Sinne ansprechen soll zum Kaufen von Erinnerungen und virtuellen Urlauben.</li> <li>• Konsumentenverhalten „weiter gedacht“: Wie Social Media uns auch in anderen Bereichen wie unser Wahlverhalten beeinflusst</li> <li>• Abriss zur Marktforschung in Zeichen von digitalem Konsum und damit verbunden Big Data und Usability-Aspekten</li> </ul>						
		Lehr- / Lernformen	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispielen und Kleingruppenarbeiten					
Ausgestaltung	Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispielen und Kleingruppenarbeiten						
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Jauer, E. (2022): Homo Digitalis 1 (Einführungs- und Begleitskript). Briesemeister / Selber (2020): Neuromarketing in der Praxis. Wiesbaden Springerverlag.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Ashman, R., Solomon, M.R. &amp; Wolny, J. (2015). An old model for a new age: Consumer decision making in participatory digital culture. Journal of Customer Behaviour, 2015, Vol. 14, No. 2, pp.127-146.</p> <p>Belk, R.W. (2013). The extended self. Journal of Consumer Research, 40, 477 – 500. (gibt auch „Fortführungsartikel“, z.B. Solo-</p>						

		<p>mon)</p> <p>Briesemeister, B. &amp; Selmer, W.K. (Hrsg.) (2020). Neuromarketing in der Praxis. Den Emotionen auf der Spur – implizite Kauftreiber erkennen und als Verkaufstreiber nutzen. Wiesbaden: Springer Gabler. (v.a. Kapitel 1).</p> <p>Mattia, G., Di Leo, A. &amp; Principato, L. (2021). Online Impulsive Buying and Cognitive Dissonance. Examining the Effect of Mood on Consumer Behaviour. Cham: Palgrave Macmillan.</p> <p>Munaro A.C., Hübner Barcelos R., Francisco Maffezzolli E.C., Santos Rodrigues J.P., Cabrera Paraiso E. (2021). To engage or not engage? The features of video content on YouTube affecting digital consumer engagement. <i>Journal of Consumer Behaviour</i>, 1-17. <a href="https://doi.org/10.1002/cb.1939">https://doi.org/10.1002/cb.1939</a></p> <p>Racat, M. &amp; Capelli, S. (2020). Haptic Sensation And Consumer Behavior. The Influence of Tactile Stimulation in Physical and Online Environments. Cham: Palgrave Macmillan</p> <p>Saura, J. R., Reyes-Menendez, A., Matos, N., Correia, M. B., Palos-Sanchez, P. (2020). Consumer behavior in the digital age. <i>Journal of Spatial and Organizational Dynamic</i>, VIII(3), 190-196.</p> <p>Solomon, M.R. Consumer Behavior Trends: Meet the Postmodern Consumer.  Lernvideo:  <a href="https://www.linkedin.com/checkpoint/enterprise/login/82266658?path=Wild-card=82266658&amp;application=learning&amp;redirect=https://www.linkedin.com/learning/consumer-behavior-trends-meet-the-postmodern-consumer?u=82266658">https://www.linkedin.com/checkpoint/enterprise/login/82266658?path=Wild-card=82266658&amp;application=learning&amp;redirect=https://www.linkedin.com/learning/consumer-behavior-trends-meet-the-postmodern-consumer?u=82266658</a></p>
	<b>Besonderes</b>	-
Organisa- tion	<b>ECTS-Punkte</b>	4 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	100 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>4 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 100 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 15 Stunden (Aufteilung: 7 Studienzentrum, 7 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 85 Stunden</li> </ul>

Lehrveranstaltung		II.5d.2 Homo Digitalis: Wer sind wir?			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Förderung der Fähigkeit zur Reflexions- und der methodischen Kompetenz durch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Befähigung, Theorien, Ansätze und Methoden in Bezug auf die Veränderung unseres Selbst als Homo Digitalis nachzuvollziehen und zu reflektieren.</li> <li>• die Entwicklung des Verständnisses, welche Implikationen des Verständnisses des Homo Digitalis im Bereich einer Vielzahl relevanter Anwendungsfelder aufweisen und im Zusammenhang mit dem Verhalten von KonsumentInnen bedeutsam sind.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homo Digitalis: Wer sind wir durch die digitale Welt <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Selbsterweiterung aufgrund digitaler Technologien nach Belk ...und was das bedeutet in der praktischen Anwendung</li> <li>○ Kurzabriß: Ethik in der Konsumpsychologie (Medienethik und digitaler Verbraucherschutz)</li> </ul> </li> </ul>			
		<p><b>Lehr- / Lernformen</b></p> <p>Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispiele und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p><b>Lehr- / Lernmethoden</b></p> <p>Seminaristischer Unterricht / Vorlesung mit Diskussion, Praxisbeispiele und Kleingruppenarbeiten</p>			
		<p><b>Literatur</b></p> <p>Jauer, E. (2022): Homo Digitalis 2 (Vertiefungsskript). Briesemeister / Selber (2020): Neuromarketing in der Praxis. Wiesbaden Springerverlag.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Belk, R.W. (2013). The extended self. <i>Journal of Consumer Research</i>, 40, 477 – 500.</p> <p>Haselhoff, V. J. (2021). Wie die Digitalisierung das Konsumentenverhalten, das Selbstbild der Konsumenten und die Anbieter-Nachfrager-Beziehung verändert. In Harwardt, M., Niermann, P. F.-J., Schmutte, A.M. &amp; Steuernagel, A. (Hrsg.). Führen und Managen in der digitalen Transformation (S. 117 – 132). Wiesbaden: Springer.</p> <p>Kröber-Riel, W. &amp; Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11.Aufl.). München: Vahlen. S. 605 – 627.</p> <p>Spieß, E. (2013). Konsumentenpsychologie. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag. S.95-106.</p>			
	<b>Besonderes</b>				

<b>Organisa- tion</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	2 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	50 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>2 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 50 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 5 Stunden (Aufteilung: 2 Studienzentrum, 2 virtuellen Lernraum, 1 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 45 Stunden</li> </ul>

### 3 DRITTES SEMESTER

#### 3.1 Konfliktmanagement und Verhandlungsführung

Modulbezeichnung	III.1 Konfliktmanagement und Verhandlungsführung
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<p><b>Qualifikationsziele</b></p> <p>Im Modul „Konfliktmanagement und Verhandlungsführung“ geht es darum, Studierende an das Praxisfeld „Kompetenter Umgang mit Konflikten“ heranzuführen und ihnen entsprechende Methoden zu vermitteln. Das Praxisfeld „Konfliktmanagement / Verhandlungsführung“ stellt hierbei eines der wichtigsten Problem- und Handlungsfelder der beruflichen Praxis - aber auch oft genug des Privatlebens - dar. Konflikten gehen wir aufgrund ihres belastenden Charakters meist aus dem Weg. Prozesse effektiver Verhandlungsführung bleiben uns daher oft genug verschlossen.</p> <p>Menschen können Konflikte häufig nicht angemessen handhaben, da sie meist stets negativ betrachtet werden. Das ist kein Zufall. Erstens sind Konfliktursachen häufig diffus oder unbestimmt. Sie bahnen sich schleichend an, bis sie einen „Kulminationspunkt“ erreichen, der den Konflikt offenbar werden lässt. Die damit verbundene Konfliktgeschichte zurückzuverfolgen, fällt dem Ungeübten nicht leicht. Schnell kann es zu emotionalen Verwerfungen kommen. Zudem entspricht es unseren Erfahrungen, dass Konflikte „nach hinten losgehen“. Statt sie zu lösen, drohen sie zu eskalieren. Also lieber die Finger davon lassen, als die Ungewissheit des Ausgangs in Kauf zu nehmen. Es verwundert also nicht, dass ungelöste Konflikte für viele Menschen Bedrohungen darstellen. Auf Drohpotentiale, in denen der Mensch sich als hilflos erlebt, reagiert er unter Umständen mit Flucht oder Vermeidung. Diese Verhaltensweisen stellen eine Regression zu den vorhandenen Konfliktlösungsmöglichkeiten der Beteiligten dar. Menschen versuchen, die Konflikte aus ihrem Alltag auszublenden, statt Lösungen aktiv zu suchen. Positiv betrachtet sind Konflikte jedoch auch der Motor von Veränderungen. Sie rufen uns auf, Stellung zu beziehen, die Perspektive zu wechseln und die eigenen Fähigkeiten im Umgang mit zukünftigen Konflikten zu verbessern.</p> <p>Im Mittelpunkt der vorliegenden Überlegungen zu den Themenfeldern Konfliktmanagement / Verhandlungsführung steht die (pro-)aktive Konfliktbearbeitung. Sie verfolgt ein doppeltes Ziel: Zum einen ist sie vom Grundgedanken der Kooperation getragen, d.h. dass die Maximierung des gemeinsamen Ertrags im Mittelpunkt der einzelnen Bemühungen steht. Zum anderen dient sie der (Re-)Stabilisierung des den Konflikt „umgebenden“ sozialen Systems, d.h. dass dieses soziale System auch in Zukunft für die Konfliktpartner noch tragfähig und attraktiv sein soll, Beziehungen also erhalten bleiben</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Diese (pro-)aktive Konfliktbearbeitung wird in der Praxis durch zwei wesentliche Säulen getragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mittels einer umfassenden <i>Konfliktanalyse</i> wird den Studierenden ein Instrumentarium an die Hand gegeben, mit dessen Hilfe es einerseits gelingt, den Weg in Richtung proaktiver Konfliktbearbeitung zu ebnen und andererseits die Konfliktbeteiligten in die Lage zu versetzen, sich optimal auf eine solche proaktive Konfliktbearbeitung – meist in Form einer Verhandlung – vorzubereiten.</li> <li>• Eine Verhandlung ist dabei ein kommunikativer und kreativer</li> </ul>

		Prozess, der durch verschiedene Strategien und den ihnen zugehörige Taktiken getragen wird. Intuitiv wenden wir dieses Verhalten in vielfältigen Situationen an, auch wenn wir gar nicht von Verhandlung sprechen. Nicht immer ist aber die Intuition die Avantgarde des Wissens: Verhandlungen gehorchen Regeln. Sie äußern sich in Verhandlungsphasen und in Sprachakten, deren wechselseitige Dynamik zu einer Ent- oder Anspannung des Konfliktverlaufes und der Verhandlungsprozesse selbst beitragen. Diese Dynamik kennen und anwenden zu lernen, bildet die zweite Säule dieses Moduls.
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Seminar, Fallstudie
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Das Modul trägt in diesem Bereich zum Kompetenzerwerb bei (bitte ggf. ankreuzen)</b>	<b>Fachkompetenz</b>	x
	<b>Wissenschaftskompetenz</b>	x
	<b>Selbstkompetenz</b>	x
	<b>Sozialkompetenz</b>	x
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen Modulen</b>	Keine
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	Nachhaltigkeit impliziert einen effektiven und effizienten Umgang mit Konflikten. Die Studierenden sollen für die Diskrepanz zwischen emotionaler Belastung und effektiven Konflikt handhabungsformen sensibilisiert werden, um somit ihr späteres Praxishandeln effektiv beeinflussen zu können.
<b>Prüfungsleistungen</b>		Asynchrone Präsentation (10 Min.) & Handlungsempfehlungen (5 Seiten)
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. habil. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 8 angeleitetes Programm lernen)</li> <li>Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		Keine weitere Aufteilung

<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konflikt: Theoretische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition</li> <li>- Typologie von Konflikten</li> <li>- Systematisierungsversuche</li> <li>- Ursachen und Entstehung von Konflikten</li> <li>- Dynamik und Eskalation</li> <li>- Methoden der Konfliktbewältigung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundmuster der Konfliktbewältigung</li> <li>▪ Konfliktfähigkeit</li> <li>▪ Kooperation und Wettbewerb</li> <li>▪ Methoden der Konfliktlösung</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Konflikt: Anwendung <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Konfliktanalyse</li> <li>◦ Konfliktwahrnehmung</li> </ul> </li> <li>• Verhandlung: Theoretische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Phasen des Verhandlungsprozesses</li> <li>◦ Verhandlungsstile</li> <li>◦ Taktiken und Strategien</li> </ul> </li> <li>• Verhandlung: Anwendung <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Verhandeln in Konfliktsituationen</li> </ul> </li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p><b>Verpflichtende Literatur</b></p> <p>Schleiken, T. (2015): Konfliktmanagement</p> <p>Harich, J. (2025): Konfliktmanagement und Verhandlungsführung (Einführungs- und Begleitskript – wird bis zum WS 2025/26 erstellt).</p> <p>Weitere relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Axelrod, R. (1980a): Effective Choice in the Prisoner's Dilemma. Journal of Conflict Resolution, 24, 3-25.</p> <p>Axelrod, R. (1980b): More Effective Choice in the Prisoner's Dilemma. Journal of Conflict Resolution, 24, 379-403.</p> <p>Axelrod, R. (1991): Die Evolution der Kooperation. München.</p> <p>Berkel, K. (2011): Konflikttraining. Konflikte verstehen, analysieren, bewältigen, (11.Aufl.) Windmühle Verlag</p> <p>Deutsch, M. (1976): Konfliktregelung. Konstruktive und destruktive Prozesse. München, Basel.</p> <p>Fisher, R. &amp; Ury, W. (2002): Das Harvard-Konzept.: Sachgerecht verhandeln – erfolgreich verhandeln</p> <p>Glasl, F. (2023): Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führung, Beratung und Mediation. Bern: Haupt</p> <p>Knapp, P. (2023). Konflikte lösen in Teams und großen Gruppen: klärende und deeskalierende Methoden für die Mediations- und Konfliktmanagement-Praxis im Business. (4.Aufl.) Manager Semi-</p>

	<p>nare</p> <p>Knapp, P./Novak, A. <i>Effizientes Verhandeln: Konstruktive Verhandlungstechniken in der täglichen Praxis</i>, (4.Aufl.) Windmühle Verlag</p> <p>Kreyenber, J. (2005): <i>Konfliktmanagement</i>. Berlin.</p> <p>Lewicki, R.L./Hiam, A./Olander, K.W. (1996): <i>Verhandeln mit Strategie</i>. St. Gallen.</p> <p>Putnam, L. L. (1982): <i>Paradigms for Organizational Communication Research: An Overview and Synthesis</i>, <i>Western Journal of Speech Communication</i>, 46, 192-206.</p> <p>Putnam, L. L., and Jones, T. S. (1982): <i>Reciprocity in Negotiations: An Analysis of Bargaining Interaction</i>, <i>Communication Monographs</i>, 49, 171-191.</p> <p>Putnam, L. L., and Jones, T. S. (1982): <i>The Role of Communication in Bargaining</i>. <i>Human Communication Research</i>, 8, 262-280.</p> <p>Rubin, J. &amp; Brown, B. (1975): <i>The Social Psychology of Bargaining and Negotiation</i>. New York.</p> <p>Schwarz, G. (2014). <i>Konfliktmanagement: Konflikte erkennen, analysieren, lösen</i>, 9. Aufl. Gabler.</p> <p>Tries, J. (1985): <i>Bedingungen kooperativen Verhaltens: Eine Meta-Analyse</i>. Dissertation, Universität Düsseldorf.</p> <p>Tries, J. &amp; Reinhardt, R. (2008): <i>Konflikt- und Verhandlungsmanagement: Konflikte konstruktiv nutzen</i>. Springer: Heidelberg</p> <p>Ury, William, L./Brett, Jeanne M./Goldberg, Stephen, B. (1996): <i>Konfliktmanagement – wirksame Strategien für den sachgerechten Interessensaustausch</i>. Frankfurt M.: Campus Verlag, 2. Aufl.</p> <p>Voeth, M / Herbst, U (2015): <i>Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse</i> (2. Aufl.) Schäffer-Poeschel</p>
--	---

### 3.2 Wirtschaftspsychologie für die Zukunft

Modulbezeichnung		III.2 Modul Wirtschaftspsychologie für die Zukunft
<b>Beitrag des Moduls zu den Studienzielen</b>	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Wirtschaftspsychologie setzt sich – etwas verallgemeinert formuliert – aus wissenschaftlicher wie auch praktischer Hinsicht mit dem Thema „Leistung in und von Organisationen“ auseinander. Dabei wird der Überzeugung gefolgt, dass die Voraussetzungen für die Entwicklung organisationaler bzw. individueller Leistung zwei Seiten derselben Medaille sind: Man kann das eine nicht ohne das andere nachhaltig „optimieren“.</p> <p>Daraus resultiert die Notwendigkeit, wirtschaftspsychologische Expertise mit den Änderungsanforderungen an Organisationen und deren effektive Gestaltung zu verknüpfen. Kurz: Wenn sich die Organisationsumwelt verändert, dann müssen sich die Organisationen verändern – und konsequenterweise muss sich Wirtschaftspsychologie mit den Treibern solcher Änderungen beschäftigen.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden daher befähigt, sich mit den Konsequenzen solcher Veränderungsprozesse zu beschäftigen. Vor diesem Hintergrund können die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Rahmenbedingungen organisationalen Wandels anhand des VUCA-Konzepts beschreiben und erklären.</li> <li>• Organisationsbezogene Theorien und Konzepte im Umgang mit diesen Anforderungen wiedergeben und erklären</li> <li>• Personenbezogene Theorien und Konzepte im Umgang mit diesen Anforderungen wiedergeben und erklären</li> <li>• die Nutzenpotenziale solcher aktuellen wirtschaftspsychologischen bzw. managementbezogenen Konzepte darstellen und kritisch diskutieren</li> <li>• die Grenzen der Veränderbarkeit von Menschen, Teams und Organisationen erläutern und auf Praxisrelevanz prüfen zu können.</li> </ul>
	<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VUCA</li> <li>• Selbstdurchdringende Organisationen</li> <li>• Agile Organisationen</li> <li>• Neuroleadership &amp; evolutionäre Führung</li> <li>• Spiral Dynamics</li> <li>• Schemata, Emotionen, Werte, Macht und ökonomische Rahmenbedingungen als limitierende Faktoren in Bezug auf Veränderungen</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	Vorlesungen mit Diskussionen, Fallbeispiele aus der Organisationspraxis
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	keine formalen Voraussetzungen für die Teilnahme
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	vgl. Literaturangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen, Vorlesungsmanuskripte
<b>Bezüge zu ...</b>	<b>... anderen</b>	keine

	<b>Modulen</b>	
	<b>... nachhaltiger Entwicklungs</b>	<p>Durch die Veränderung der Märkte sehen sich Unternehmen erhöhte Komplexität und Ungewissheit gegenüber. In einer globalen und zunehmend vernetzten Wirtschaftswelt haben Kompetenzen im Kontext von Selbstorganisation, Empathie und Werteentwicklung daher an Bedeutung gewonnen.</p> <p>Komplexe Probleme lassen sich mit Patentrezepten nicht lösen. Sie erfordern vielmehr besondere Fähigkeiten, die in der Organisationspraxis oftmals ignoriert oder gar geleugnet werden. Eine ganzheitliche Betrachtung des Menschen -vor allem aus der Entwicklungs-perspektive - steht dabei im Vordergrund; sie berücksichtigt alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		StA Studienarbeit
<b>Organisation</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Workload</b>	150 Stunden
	<b>Aufteilung</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 9 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 8 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b>		III.2 Wirtschaftspsychologie für die Zukunft

Lehrveranstaltung		III.2. Wirtschaftspsychologie für die Zukunft I			
Ausgestaltung	Qualifikationsziele	<p>Diese Lehrveranstaltung dient</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dem Erwerb von theoretischen und methodischen Kenntnissen und Kompetenzen in Themengebieten und Befunden aus den Bereichen aktueller Theorien, Konzepte und Praxisfelder der Wirtschaftspsychologie und des Managements.</li> <li>• der Befähigung, diese Kenntnisse in Zusammenhang mit dem Aspekt „Individuelle und organisationale Veränderungsfähigkeit“ zu bringen und um auf dieser Basis Entscheidungs- und Handlungshinweise für den betrieblichen Alltag ableiten zu können.</li> </ul>			
		Wissen	Kenntnisse	Fertigkeiten	Kompetenzen
		Fach	X	X	X
		System	X	X	X
		Selbst	X	X	X
		Sozial	x	x	
Inhalte		<p>Ausgangssituation: Permananter Wandel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• VUCA</li> <li>• Konsequenzen für Veränderungsnotwendigkeit, -bereitschaft und -fähigkeit</li> </ul>			
		<p>Limitierende Aspekte auf Organisationsebene und Lösungsmöglichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destruktive Führung, Mikropolitik, Menschenbilder</li> <li>• Selbstorganisation und Selbstführung</li> <li>• Agile Organisationen</li> <li>• New Work</li> <li>• Neuroleadership &amp; evolutionäre Führung</li> </ul>			
		<p>Limitierende Aspekte auf Individualebene und Lösungsmöglichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlichkeitsentwicklung</li> <li>• Schemata</li> <li>• Werte &amp; Sinn</li> <li>• Emotionale Stile und Achtsamkeit als Grundlage nachhaltiger Verhaltensänderungen</li> <li>• Spiral Dynamics</li> </ul>			
		<p>Ausblick: Anforderungen an eine Wirtschaftspsychologie der Zukunft</p>			
Lehr- / Lernformen	Lehr- / Lernformen	LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Lehr- / Lernmethoden	LV mit Präsentation mit Diskussion und Kleingruppenarbeiten			
	Literatur / Lehrmaterial	<p><b>Literatur</b></p> <p>Reinhardt, R. (2020): Wirtschaftspsychologie der Zukunft (Einführungs- und Begleitskript).</p> <p>Rusch (2019): Stressmanagement: Ein Arbeitsbuch für die Aus-,</p>			

		<p>Fort- und Weiterbildung. Wiesbaden, Springerverlag.</p> <p><b>Empfehlungen</b></p> <p>Alznauer, M. (2013): Natürlich führen: Der evolutionäre Quellcode der Führung, Berlin.</p> <p>Aretz, W. (2007): Subjektive Führungstheorien und die Umsetzung von Führungsgrundsätzen im Unternehmen: Eine Analyse bisheriger Forschungsansätze, Modellentwicklung und Ergebnisse einer empirischen Untersuchung Gebundene Ausgabe, Köln.</p> <p>Bar-Sieber, M./ Krumm, R. / Wiegle, H. (2014): Unternehmen verstehen, gestalten, verändern: Das Graves-Value-System in der Praxis. Wiesbaden: SpringerGabler</p> <p>Elger, C. (2013): Neuroleadership: Erkenntnisse der Hirnforschung für die Führung von Mitarbeitern, Stuttgart.</p> <p>Gomez, P. / Meynhardt, T. / Lambertz, M. (2019): Verantwortungsvoll führen in einer komplexen Welt: Denkmuster - Werkzeuge – Praxisbeispiele. Bern: Haupt</p> <p>Laloux, F. (2015): Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. München: Vahlen</p> <p>Migge, B. (2013): Schema-Coaching: Einführung und Praxis: Grundlagen, Methoden, Fallbeispiele, Weinheim.</p> <p>Monö, C. (2013): Beyond leadership myth: Why we follow leaders and lead followers. London.</p> <p>Oestereich, B. / Schröder, S. (2016): Das kollegial geführte Unternehmen: Ideen und Praktiken für die agile Organisation von morgen.</p> <p>Permantier, M. (2019): Haltung entscheidet: Führung &amp; Unternehmenskultur zukunftsfähig gestalten. München: Vahlen.</p> <p>Reinhardt, R. (2014): Neuroleadership: Empirische Überprüfung und Nutzenpotenziale für die Praxis, Oldenbourg</p> <p>Rock, D. (2011): Brain at Work: Intelligenter arbeiten, mehr erreichen, Stuttgart.</p> <p>Rose, N. (2019): Arbeit besser machen - inkl. Arbeitshilfen online: Positive Psychologie für Personalarbeit und Führung. Stuttgart: Hause</p> <p>Ruthus, J. (2018): Evolutionäre Führung und Followership.</p> <p>Van Vugt, M. &amp; Ahuja, A. (2010): Selected: Why Some People Lead, Why Others Follow and Why It Matters; What Evolutionary Psychology Tells Us About Leadership. and What Makes an Outstanding Leader, London.</p>
	<b>Besonderes</b>	
Organisation	<b>ECTS-Punkte</b>	6 ECTS
	<b>Aufteilung</b>	150 Stunden
	<b>Workload</b>	<p>6 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 150 Stunden, mit folgender Aufteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 5 Studienzentrum, 1 virtuellen Lernraum, 4 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Vor-/Nachbereitung/Selbststudium: 130 Stunden</li> </ul>

### 3.3 Masterthesis

Modulbezeichnung		III.3 Modul: Masterthesis
Beitrag des Moduls zu den Studienzielen	<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Masterthesis stellt den berufsqualifizierenden Abschluss des Masterstudienganges dar. Hierzu werden die Studierenden befähigt, unter Betreuung eines Dozenten/einer Dozentin</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eine eng umgrenzte, in der Regel empirische Fragestellung aus der dem Themenfeld der Wirtschaftspsychologie und angrenzender Gebiete mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.</li> <li>• eine Arbeit nach den Regeln der wissenschaftlichen Dokumentation schriftlich zu verfassen.</li> </ul> <p>Somit soll sichergestellt werden, dass die Fähigkeit erworben wurde, wissenschaftliche Methoden anzuwenden, und einen Transfer des im Studium erworbenen Fach- und Methodenkenntnisse in die Praxis vornehmen zu können.</p>
	<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterthesis</li> <li>• Analyse der Problemstellung, Ableitung einer Zielsetzung</li> <li>• Erarbeiten der relevanten theoretischen Grundlagen</li> <li>• Entwicklung und Umsetzung eines für die Erreichung der Zielsetzung adäquates Forschungsdesigns</li> <li>• Anwendung – ggf. Entwicklung - relevanter Messinstrumente bei der Datenerhebung</li> <li>• Datenanalyse und Interpretation der Ergebnisse</li> <li>• Dokumentation in Form der Master-Thesis</li> </ul>
	<b>Lehr- / Lernformen</b>	<p>Eigenständige Erarbeitung des vereinbarten Themas.</p> <p>Je zwei Professor/innen als Betreuer oder ein/e Professor/in und ein/e fachkundige/r Betreuer/in mit formal erfüllten Voraussetzungen.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<b>Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen</b>	Fundiertes Wissen und Fertigkeiten zu Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens sowie Wissen und Fertigkeiten aus dem Projektmanagement.
	<b>Vorbereitung für das Modul</b>	Besuch aller vorangehenden Module des Masterprogramms
Bezüge zu ...	<b>... anderen Modulen</b>	Alle Module des Studienprogramms
	<b>... nachhaltiger Entwicklung</b>	<p>Nachhaltigkeit impliziert die Kompetenz, empirische Studien planen, durchführen, kritisch reflektieren zu können.</p> <p>Dieses Wissen stellt somit die Grundlage für spätere Lern- und Reflexionsprozesse der Studierenden dar, wenn es gilt, die Wirksamkeit der untersuchten Maßnahmen beurteilen zu können.</p>
<b>Prüfungsleistungen</b>		Masterthesis / 4 Monate Dauer / 100 %

<b>Organisa- tion</b>	<b>Modulverant- wortlicher</b>	Prof. Dr. Rüdiger Reinhardt
	<b>Modulart</b>	Pflichtfach
	<b>ECTS-Punkte</b>	18 ECTS
	<b>Workload</b>	18 ECTS-Punkte x 25 Stunden = 450 Stunden, mit folgender Aufteilung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrveranstaltungen/Übungen: 20 Stunden (Aufteilung: 0 Studienzentrum, 3 virtuellen Lernraum, 17 angeleitetes Programmieren)</li> <li>• Verfassen der Thesis/Selbststudium: 430 Stunden</li> </ul>
	<b>Aufteilung</b>	Erstellung der Masterthesis: 450 Stunden

## 4 ANLAGE: PRÜFUNGSORDNUNG (AUSSCHNITT)

### B. BESONDERER TEIL

#### 1. Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung

Der Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung gilt als erbracht, wenn der Besuch einschlägiger Vorbereitungskurse belegt werden kann. Inhalt und Struktur der Vorbereitung werden in einer separaten Vereinbarung mit dem Träger der Vorbereitungskurse festgelegt.

Bezugnehmend auf § 2 Abs. 9 der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen - Allgemeiner Teil für Bachelor- und Masterstudiengänge können Unterrichts- oder Prüfungsteile in einem sogenannten Hybridformat mit einem entsprechenden Anteil an Online-Unterricht angeboten werden.

Den entsprechenden Anteil an Präsenz- und Online-Unterricht legt die wissenschaftliche Leitung des Studienprogramms zusammen mit den jeweiligen Lehrpersonen fest.

Die Studierenden müssen daher die notwendigen Voraussetzungen für eine Teilnahme am Online-Unterricht, wie insbesondere ein internetfähiges Endgerät mit Kamera und Mikrofon sowie einen entsprechenden Internetzugang, verfügbar haben.

#### 2. Module und Modulprüfungen

Die Module zur Externenprüfung erstrecken sich über drei Semester.

Modul-code	Module	Halbjahre ECTS Credits	MP Art/Dauer	GM	Bemer- kungen	NG
	<b>1. Semester</b>					
422-014	I.1 Allgemeine Psychologie <i>General Psychology</i>	6	StA			6
422-015	I.2 Sozialpsychologie / Persönlichkeitspsychologie <i>Social Psychology / Psychology of Personality</i>	6	S			6
422-016	I.3 Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i>	6	S	O	6	
422-017	I.4 Leadership: Grundlagen & Führungskonzepte <i>Leadership: Basics &amp; Concepts</i>	6	R			6
422-018	I.5 Empirische Sozialforschung <i>Empirical Research Methods</i>	6	StA			6
	<b>Summe 1. Semester</b>	<b>30</b>				<b>30</b>

Modul-code	Module	Halbjahre ECTS Credits	MP Art/Dauer	GM	Bemer- kungen	NG
	<b>2. Semester</b>					
422-019	II.1 Empirische Auswertungsmethoden <i>Empirical Analysis Methods</i>	6	StA		O	6
422-020	II.2 Projekt- und Prozessmanagement <i>Project- and Process-Management</i>	6	R		O	6
	<b>Fachrichtung I: Leadership</b>					
422-023	II.3a Exzellente Führung <i>Leadership of Excellence</i>	6	R			6
422-024	II.4a Macht & Mikropolitik, Bad Leadership <i>Power, Micro Politics, Bad Leadership</i>	6	StA+ M15	30/70		6
422-025	II.5a Führungseffektivität <i>Evidence Based Perspectives of Leadership</i>	6	StA		O	6
	<b>Fachrichtung II: Business Transformation</b>					
422-026	II.3b Change Management <i>Change Management</i>	6	R			6
422-027	II.4b Consulting <i>Consulting</i>	6	StA			6
422-028	II.5b Coaching <i>Coaching</i>	6	StA+ M15	30/70		6
	<b>Fachrichtung III: Human Resource Management</b>					
422-029	II.3c Grundlagen des Human Resource Management <i>Basics of Human Resource Management</i>	6	R			6
422-030	II.4c Strategisches Human Resource Management <i>Strategic Human Resource Management</i>	6	StA			6
422-031	II.5c Digital Human Resource Management <i>Digital Human Resource Management</i>	6	StA+ M15	30/70	O	6
	<b>Fachrichtung IV: Digital Consumer Behavior</b>					
422-032	II.3d Werbepsychologie & Konsumentenverhalten <i>Advertising Psychology &amp; Consumer Behavior</i>	6	StA			6
422-033	II.4d Digitale Erfahrungswelten und Medienwirklichkeiten <i>Digital Experiences &amp; Media Realities</i>	6	StA+M 15	30/70		6
422-034	II.5d Digitale KonsumentInnen <i>Digital Consumers</i>	6	R			6
	<b>Fachrichtung V: Decision Making</b>					
422-035	II.3e Grundlagen und individuelle Entscheidungskonzepte <i>Basics of Decision Making Psychology</i>	6	StA			6
422-036	II.4e Verbesserung des individuellen Entscheidungsverhaltens <i>Improving Decision Making Behavior</i>	6	StA+ M15	30/70		6
422-037	II.5e Entscheidungen in Teams und Organisationen <i>Decisions in Teams and Organizations</i>	6	S			6
	<b>Summe 2. Semester</b>	30				30

Modul- code	Module	Halbjah- re ECTS Credits	MP Art/Dau- er	GM	Bemer- kungen	NG
	<b>3. Semester</b>					
422-038	III.1 Konfliktmanagement- und Verhandlungsführung <i>Conflict Management and Negotiation Behavior</i>	6	R			6
422-022	III.2 Wirtschaftspsychologie für die Zukunft <i>Future Trends in Business Psychology</i>	6	StA			6
422-013	III.3 Masterthesis <i>Master Thesis</i>	18	MA			18
	<b>Summe 3. Semester</b>	<b>30</b>				
	<b>Gesamtsumme</b>	<b>90</b>				<b>90</b>

**Legende:**

CR = Credits

D/E = Veranstaltung kann auch in Englisch stattfinden

E = Veranstaltungen finden in englischer Sprache statt

GM = Gewichtung für die Modulnote

K = Klausur

M = mündl. Prüfung

MA = Masterarbeit

Mo = Monate

MP = Modulprüfung

NG = Notengewichtung für die Gesamtnote

O = Modul wird Online durchgeführt

PV = Prüfungsvorleistung

R = Referat / Präsentation

S = schriftliche/zeichnerische Arbeit

StA = Studienarbeit

SWS = Semesterwochenstunde