

Modulhandbuch

für den

Masterstudiengang
Wirtschaftspsychologie
(berufsbegleitend)



an der

Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Fakultät für Wirtschaftswissenschaft

Gültig ab 01.10.2018

Was ist das Ziel/Anliegen des Studiengangs?

Abschluss:	Master of Arts Wirtschaftspsychologie
Regelstudienzeit:	6 Semester - deutschsprachig 90 CP
Studienbeginn:	Jedes Semester
Zulassungsvoraussetzung:	Ein abgeschlossenes Bachelorstudium oder ein äquivalenter Studienabschluss, 2 Jahre Berufserfahrung.
Bewerbungsmodalitäten:	Bewerbung an der Universität Magdeburg

Studienfachberatung:

Prof. Dr. Joachim Weimann
Tel. (0391) 67 5 85 47
Fax: (0391) 67 4 29 71
Gebäude 22 C, Raum 210

E-Mail: joachim.weimann@ovgu.de

Prof. Dr. Florian Kaiser
Tel. (0391) 67 5 84 70
Fax: (0391) 674 1963
Gebäude 24, Raum

E-Mail: florian.kaiser@ovgu.de

Inhaltsverzeichnis

Programmstruktur	4
Methoden	6
Mathematik & Expl. Datenanalyse (berufsbegleitend)	7
Spieltheorie (berufsbegleitend)	9
Evaluationsmethoden (berufsbegleitend)	11
Entscheidungstheorie (berufsbegleitend)	13
Betriebswirtschaftslehre	14
Einführung in die BWL (berufsbegleitend)	15
Marketing (berufsbegleitend)	16
Personalführung und Organisation (berufsbegleitend)	17
Seminar: Aktuelle Fragestellungen in der Betriebswirtschaft (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)	19
Verhalten	20
Verhaltensökonomik (berufsbegleitend)	21
Pflichtmodul	21
Experimentelle Wirtschaftsforschung (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)	22
Konsumentenverhalten I: Segmentierung (berufsbegleitend)	23
Konsumentenverhalten II: Verhaltenssteuerung (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)	25
Psychologie	27
Arbeits- und Organisationsgestaltung (berufsbegleitend)	28
Kommunikationspsychologie (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)	30
Grundlagen der Psychologie (berufsbegleitend)	32
Führungskompetenz (berufsbegleitend)	33
Master-Abschlussarbeit	35
Masterarbeit mit Abschlussseminar (berufsbegleitend)	36
Praxisanrechnung	38
Praxisanrechnung (berufsbegleitend)	39

Programmstruktur

Masterstudiengang „Wirtschaftspsychologie“ (6 Semester, berufsbegleitend)

1. Semester Grundlagen	2. Semester	3. Semester
Grundlagen der Psychologie 5CP	Arbeits- und Organisationsgestaltung 5CP	Führungskompetenz 5CP
Einführung in die BWL 5CP	Marketing 5CP	Verhaltensökonomik 5CP
Mathematik & Explorative Datenanalyse 5CP	Spieltheorie 5CP	Entscheidungstheorie 5CP
15CP	15CP	15CP

4. Semester	5. Semester	6. Semester
Personalführung & Organisation 5CP	Wahlbereich	Masterarbeit 15CP
Konsumentenverhalten I (Segmentierung) 5CP	Wahlbereich	
Evaluationsmethoden 5CP	Wahlbereich	
15CP	15CP	15CP

Wahlbereich (3 aus 4)
Experimentelle Wirtschaftsforschung 5CP
Konsumentenverhalten II (Verhaltenssteuerung) 5CP
Seminar (BWL) 5CP
Kommunikationspsychologie 5CP
15CP

Methoden	BWL
Psychologie	Verhalten

Masterstudiengang „Wirtschaftspsychologie“ (4 Semester, berufsbegleitend)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Mathematik & Explorative Datenanalyse 5CP	Personalführung & Organisation 5CP	Verhaltensökonomik 5CP	Masterarbeit 15CP
Einführung in die BWL 5CP	Marketing 5CP	Seminar (BWL) 5CP Wahlfach	
Grundlagen der Psychologie 5CP	Konsumentenverhalten I (Segmentierung) 5CP	Experimentelle Wirtschaftsforschung 5CP Wahlfach	
Führungskompetenz 5CP	Arbeits- und Organisationsgestaltung 5CP	Kommunikationspsychologie 5CP Wahlfach	
Entscheidungstheorie 5CP	Spieltheorie 5CP	Konsumentenverhalten II (Verhaltenssteuerung) 5CP Wahlfach	
25 CP	25 CP	20 CP	Evaluationsmethoden 5CP 20 CP

Methoden	BWL
Psychologie	Verhalten

Methoden

Modulbezeichnung:
Mathematik & Expl. Datenanalyse (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
1. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - Erlernen und vertiefen von Kenntnissen der Mathematik auf dem Gebiet der Algebra und der Analysis erwerben und festigen abiturrelevante Grundkenntnisse der Mathematik auf dem Gebiet der Algebra und Analysis, - erlernen Grundkonzepte und Denkweisen der Mathematik, - erwerben die Fähigkeit, auch komplizierte mathematische Anwendungen in den Wirtschaftswissenschaften nachzuvollziehen, - erwerben grundlegende Kenntnisse der univariaten und bivariaten Datenanalyse, - entwickeln Fähigkeiten zur Arbeit mit Statistikprogrammen zur Datenanalyse, - erwerben ein Verständnis für die Wichtigkeit der Datenanalyse im Wirtschaftskontext.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Elemente der Algebra, Gleichungen, Logik, Mengenlehre und Beweistechnik - Folgen und Reihen, Funktionen einer Variablen - Differentialrechnung für Funktionen einer Variablen - Univariate Optimierung und Analyse, Beschreibung - Integralrechnung - Elemente der Finanzmathematik (Zins, Barwerte, etc. für diskrete und stetige Zeit) - Matrizen und Vektoralgebra, lineare Gleichungssysteme, Determinanten und inverse Matrizen - Darstellung univariater Datensätze, Bivariate Analyse - Analyse quantitativer Merkmale - Maßzahlen für die Lage, Maßzahlen für die Variabilität, Quantile, Boxplot - Quantitative und qualitative Merkmale - Korrelationskoeffizient von Bravais-Pearson, Rangkorrelationskoeffizient von Spearman
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Sydsaeter, K.; Hammond, P. (2009): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler : Basiswissen mit Praxisbezug. 3. aktualisierte Auflage, Pearson Studium: München et al., Kapitel 1-10 und 15-16. - Fahrmeir, L.; Künstler, R.; Pigeot, I.; Tutz, G. (2009): Statistik – Der Weg zur Datenanalyse. 7. Auflage, Springer Verlag: Berlin et al.
Lehrformen und SWS
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- Keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester

Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung:
Spieltheorie (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
2. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - erwerben vertiefende Kenntnisse in die Methode der Spieltheorie und ihre Verwendung zur Steuerung strategischer Prozesse. - Erwerben die Fähigkeit, die Spieltheorie hinsichtlich ihrer externen Validität besser zu beurteilen und vertiefen ihre Kenntnisse über den Zusammenhang von normativer Theorie und angewandter Theorie. - vertiefen die Fähigkeit zur eigenständigen Modellierung strategischer Interaktionen, sowie zur Analyse konkreter Situationen, in denen sich Akteure in solchen Interaktionen befinden. Sie erwerben damit die Fähigkeit die Konzepte der Spieltheorie in einem umfassenden und vertieften Sinne anzuwenden. - Entwickeln ein kritisches Verständnis der Möglichkeiten und Grenzen spieltheoretischer Modellierung und - Lernen die experimentelle Forschung als Anwendung der Spieltheorie zu bewerten und einzusetzen.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Wiederholte Spiele. - Spiele in extensiver Form (dynamische Spiele). - Vollkommene und Unvollkommene Information. - Gleichgewichts-Verfeinerungskonzepte (Teilspielperfektheit usw.) - Kooperative Konzepte (Nash-Bargaining, Kalai-Smorodinsky, usw.) - Empirische Evaluierung an Hand experimenteller Anwendungen: - Normalformspiele: PD, Chicken, Battle-of-the-Sexes, Matching-Pennies - Wettbewerbsökonomie: Chain Store, Cournot-, Stackelberg-Duopole, Bertrand Modell - Personalökonomie: Prinzipal-Agent-Modelle, Anreizverträge - Informationsökonomie: Lemonsmarkets, Signaling Modelle
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Riechmann, T. (2002): Spieltheorie. WiSo-Kurzlehrbücher: Reihe Volkswirtschaft, Vahlen Verlag: München.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - Keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i. d. R. jedes Sommersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt

Modulverantwortliche(r):

Professur für Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung:
Evaluationsmethoden (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
4. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - Ziel der Veranstaltung ist es, die Methoden sowie spezialisiertes und vertieftes Fachwissen für die wissenschaftliche Implementierung von psychologischen Verhaltensänderungsmaßnahmen (z.B. neue Marketingstrategie, Prozessoptimierung) kennen, erläutern und anwenden zu lernen. - Im Unternehmen wird ein neues Programm oder eine Umstrukturierung geplant – doch werden Arbeitsabläufe und Produktivität des Unternehmens dadurch wirklich effizienter? Um dies zu beurteilen braucht es Kenntnisse über die Evaluationsforschung sowie der spezifischen Methoden der Sozialpsychologie, die Kenntnis möglicher Fehlinterpretationen von Testergebnissen, konkrete Projektplanung, eine vertiefende Übersicht in psychologisches Messen und die ethischen Probleme beim Verhaltensmanagement. - Mit Hilfe von praktischen Übungen und Kleingruppenarbeit ist es Ziel, Studierende in die Lage zu versetzen, Optimierungsmaßnahmen und Programmevaluationen zielführend und ethisch vertretbar umzusetzen. Dazu entwickeln die Studierenden eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung der aufgetretenen Probleme. - Schlüsselkompetenzen: Kenntnisse in und Fähigkeiten zu Designplanung, Fähigkeit zur konzeptionellen Projektplanung, Fragebogengestaltung, Methoden des psychologischen Messens, Kompetenz zur Implementierung von Interventionen und deren Evaluation
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Forschungs- und Methodenpublikationen reflektieren - Spezialisierte und vertiefende Methoden psychologischer Interventionen und deren Evaluation - Kenntnis zu verschiedenen Messtechniken und Datenerhebungsverfahren aus der Sozialpsychologie - Am Beispiel konkret existierender, relevanter Problemstellungen (Umstrukturierung, Marketingstrategien), die der Verhaltensänderung bzw. des -managements bedürfen, sollen die Studierenden das theoretische Wissen anwenden, eigenständige Ideen und Konzepte zur Lösung der aufgetretenen Probleme entwickeln. Dabei sollen sie entweder ein konkretes Verhaltensänderungsprogramm ausarbeiten, oder die Effektivität eines bestehenden Programmes überprüfen.
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Borgert, S. (2012). Holistisches Projektmanagement: Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Heidelberg: Springer. - Bühner, M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. München: Pearson. - Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik. Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. München: Pearson.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:

- keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i. d. R. jedes Sommersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Lehrstuhl für Persönlichkeits- und Sozialpsychologie

Modulbezeichnung:
Entscheidungstheorie (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
3. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - entwickeln ein Verständnis für die ökonomische Bedeutung von Entscheidungen und erwerben darüber wichtige Schlüsselqualifikationen, - vertiefen die Fähigkeit zur Systematisierung von Entscheidungssituationen, - erarbeiten spezialisiertes und vertieftes Wissen zur Analyse und Unterstützung individueller und kollektiver Entscheidungen, - wenden analytische Methoden rationaler Entscheidungsfindung (auch unter Berücksichtigung psychologischer Faktoren) an, - sind in der Lage, mit Risikosituationen umzugehen sowie Entscheidungen des unternehmerischen Managements mit Hilfe wissenschaftlicher Analysen zu treffen. - kennen übergeordnete Zusammenhänge der Wahrscheinlichkeitstheorie.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Entscheidungen bei Sicherheit, Ungewissheit und Risiko - Kapazitäten und Anomalien - Entscheidungen bei zeitlichen Interdependenzen und bei Unschärfe - Wahrscheinlichkeitstheoretische Inhalte: Uni- und Multivariate Zufallsvariablen, Verteilungsparameter
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Eisenführ, F.; Weber, M.; Langer, T. (2010): Rationales Entscheiden. 5. Auflage, Springer Verlag: Berlin et al. - Fahrmeir, L.; Künstler, R.; Pigeot, I.; Tutz, G. (2010): Statistik: Der Weg zur Datenanalyse. 7. Auflage, Springer Verlag: Berlin et al. - Fahrmeir, L.; Künstler, R.; Pigeot, I.; Tutz, G.; Caputo, A.; Lang, S. (2009): Arbeitsbuch Statistik. 5. Auflage, Springer Verlag: Berlin et al. - Laux, H. (2007): Entscheidungstheorie. 7. Auflage, Springer Verlag: Berlin et al.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - Keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik

Betriebswirtschaftslehre

Modulbezeichnung:
Einführung in die BWL (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
1. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben grundlegende Kenntnisse der verschiedenen Teilgebiete der Wirtschaftswissenschaft, - lernen die Methoden der Wirtschaftswissenschaft kennen, - entwickeln die Fähigkeit, wirtschaftswissenschaftliche Fragen richtig einzuordnen, - entwickeln Verständnis für unternehmerisches Handeln und Gestalten.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre und des betrieblichen Rechnungswesens - Elemente der mikroökonomischen Analyse (Haushalte, Unternehmungen, Märkte, Staat) - Management und Entrepreneurship
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Bea, F.X.; Friedl, B.; Schweitzer, M.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Bände 1-3. Lucius & Lucius: Stuttgart
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - Keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung:
Marketing (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
2. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben spezialisierte und vertiefte Kenntnisse wesentlicher theoretischer Konzepte und Begrifflichkeiten des Marketings, - erwerben die Fähigkeit, die Marktposition eines Unternehmens zu bestimmen und zu analysieren sowie eigenständig Strategien zur Weiterentwicklung des Unternehmens zu entwickeln, - sind in der Lage, diese Arbeitsschritte auch bei der Lösung von Problemen in neuen und unvertrauten sowie fachübergreifenden Kontexten zielgerichtet zu planen und durchzuführen, - lernen Besonderheiten von Markteintrittsstrategien und des Managements kennen.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Marketingansätze - Marktforschung - Marketing-Mix-Entscheidungen (Produkt, Kommunikation, Distribution, Preis) - Online und Social Media Marketing
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Kotler, P. (2009): Marketingmanagement. Pearson/Prentice Hall: Harlow. - Peng, M.W. (2008): Global Strategic Management. 2. Auflage, South-Western: Nashville. - Rugman, A.M.; Collinson, S. (2008): International Business. 5. Auflage, Prentice Hall: Boston.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Sommersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung:
Personalführung und Organisation (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
4. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage, mit dem zentralen personalwirtschaftlichen Problem der Unternehmung, nämlich der Wirksamkeit von Personal aus ökonomischer Perspektive umzugehen, - erwerben ein vertieftes Verständnis dafür, welche Rolle verhaltenswissenschaftliche und entscheidungsorientierte Ansätze der Verhaltenslenkung, Verhaltensbeurteilung und Verhaltensabgeltung spielen und dass Unternehmen dafür Sorge tragen müssen, dass die Mitarbeiter sich den Vorstellungen des Betriebes gemäß verhalten, - vertiefen Kenntnisse über ausgewählte, für das Personalmanagement bedeutsame Problemstellungen, wie z.B. Kommunikations- und Konfliktmanagement, - erlernen die Beherrschung eines ökonomischen Instrumentariums zum Treffen „guter“ Entscheidungen über Organisationsalternativen, - erwerben und vertiefen Kenntnisse über Delegations-, Anreiz- und Kontrollprobleme sowie über moderne Organisationsformen (z.B. Netzwerkorganisationen).
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Personalmanagement als Lehre der Koordination u. Motivation von Mitarbeitern - Intrinsische und extrinsische Motivation - Maßnahmen der Verhaltensbeeinflussung im Rahmen der Personalführung - Konzeptionen der Personalführung - Unternehmensorganisation als Systemstrukturierung: Instrumente der Organisationsgestaltung & Trends: Neuere Organisationsformen
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Drumm, H. J. (2008): Personalwirtschaft. 6. Auflage, Springer Verlag: Berlin et al. - Heckhausen, H.; Heckhausen, J. (2010): Motivation und Handeln. 4. Auflage, Springer Verlag: Heidelberg. - Kossbiel, H. (2006): Personalwirtschaft. In Bea, F.X.; Dichtl, E.; Schweitzer, M. (Hg): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Bd. 3, 9. Auflage, UTB: Stuttgart, S. 517-622. - Schanz, G. (2000): Personalwirtschaftslehre. 3. Auflage, Vahlen: München. - Staehle, W. (1999): Management. 8. Auflage, Vahlen: München. - Bea, F. X.; Göbel, E. (2010): Organisation: Theorie und Gestaltung. 4. Auflage, UTB: Stuttgart. - Jones, G. R.; Bouncken, R. B. (2008): Organisation: Theorie, Design und Wandel. 5. Auflage, Pearson Studium: München et al.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Sommersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:

Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt

Modulverantwortliche(r):

Professur für Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung:
Seminar: Aktuelle Fragestellungen in der Betriebswirtschaft (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)
Verwendbarkeit des Moduls:
Wahlpflicht
Studiensemester:
5. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erlernen die Beherrschung eines ökonomischen Instrumentariums zur Beantwortung von betriebswirtschaftlicher Fragen, - entwickeln ein Verständnis dafür, wie betriebswirtschaftliche Fragestellungen bearbeitet werden können und wie man "gute" Entscheidungen treffen kann, - festigen und vertiefen Kenntnisse über die Implementierung betriebswirtschaftlicher Konzepte. - sind in der Lage eine wissenschaftliche Arbeit eigenständig zu erstellen und zu präsentieren, - erwerben die Fähigkeit, sich wissenschaftlich mit den Arbeitsergebnissen anderer auseinanderzusetzen.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Allgemeine betriebswirtschaftliche Modelle und deren Anwendung in der Praxis - Die Themen orientieren sich an den aktuellen Entwicklungen bzw. Forschungsschwerpunkten der Betriebswirtschaft - Präsentations- und Schreibtechniken, wissenschaftliches Arbeiten - Verfassen einer Seminararbeit
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Spezielle Seminarliteratur abhängig vom Themengebiet der Seminararbeit
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik

Verhalten

Modulbezeichnung:
Verhaltensökonomik (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
3. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sollen vertieftes und spezialisiertes Wissen der Verhaltensökonomik sowie die wichtigsten aktuellen Forschungsfragen auf diesem Gebiet kennenlernen, - können in vertiefter und kritischer Weise die Theorien, Besonderheiten und Grenzen der Verhaltensökonomik erläutern, anwenden und reflektieren, - erwerben damit die Kompetenz, die methodische Vielfalt der ökonomischen Forschung zu verstehen und verbessern ihre Fähigkeit, zwischen normativen und positiv theoretischen Zugängen zu differenzieren.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Was unterscheidet die Verhaltensökonomik von der „normalen“ Ökonomik? - Dogmengeschichtliche Kurzfassung - Die Wiederkehr der Psychologie - Der empirisch-experimentelle-psychologische Zugang - Heuristiken und Biases - Die Komplementarität von Verhaltensökonomik und Rational Choice Modell - Die wichtigsten Heuristiken und Verzerrungen - Prospect Theorie: Das Erweckungserlebnis der VÖ - Aktuelle Entwicklungen: Effiziente Heuristiken - Aktuelle Entwicklungen: Feldbefunde zur VÖ - Aktuelle Entwicklungen: Aktuelle Paper
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Weimann, J. (2015): Die Rolle von Verhaltensökonomik und experimenteller Forschung in Wirtschaftswissenschaft und Politikberatung, PWP, 16 (3), 231-252. - Aktuelle Forschungsliteratur
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik
Modulbezeichnung:

Experimentelle Wirtschaftsforschung (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)
Verwendbarkeit des Moduls:
Wahlpflichtmodul
Studiensemester:
5. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - lernen die Methodik der experimentellen Wirtschaftsforschung kennen, - erwerben vertiefte Kenntnisse über die wissenschaftstheoretische Einordnung der experimentellen Methode in den Kanon der Instrumente der ökonomischen Forschung, - lernen wichtige experimentelle Befunde beispielhaft kennen, - erwerben alle Fertigkeiten und Kenntnisse, die notwendig sind, experimentelle Forschung zu betreiben, - sind in der Lage, die methodische Qualität experimenteller Forschung zu bewerten und selbst Experimente auf hohem methodischen Niveau durchzuführen.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Teil I: Die Einordnung der experimentellen Methode in die Wissenschaftsgeschichte der Ökonomik und in das Zusammenspiel von normativer Theorie und Experimenten. - Teil II: Die Methodik ökonomischer Experimente und beispielhafte Experimente. - Teil III: Die praktische Durchführung ökonomischer Experimente.
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Die Veranstaltung orientiert sich vollständig an dem Lehrbuch: - Weimann, J., Brosig-Koch J., Methoden der experimentellen Wirtschaftsforschung, Heidelberg, Springer Verlag, erscheint 2018.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik

Modulbezeichnung:
Konsumentenverhalten I: Segmentierung (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
4. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - Ziel der Veranstaltung ist es, gängige betriebswirtschaftliche Marketingstrategien und -instrumente (z.B. Segmentierung, 4Ps, methodische Ansätze) vor dem Hintergrund psychologischer Erkenntnisse kritisch zu beleuchten und Verbesserungspotenziale eigenständig auf der Basis breiter und spezialisierter Forschungsmethodik zu erarbeiten. - Die Studierenden sollen befähigt werden, bei der Marketing-Gestaltung Erkenntnisse beider Wissenschaftsdisziplinen zu integrieren.
Inhalt:
<p>Kaufentscheidungen sind Verhaltensweisen, die von einzelnen Personen oder in kleinen Gruppen (z.B. Familien, EntscheiderInnen in Unternehmen) getroffen werden. Im Marketing wird das Ziel verfolgt, diese Entscheidungen im Sinne der Unternehmensziele zu fördern. Zwar sind diese Bestrebungen oftmals erfolgreich; psychologische Expertise wird bei der Gestaltung entsprechender Strategien i.d.R. nicht explizit einbezogen.</p> <p>Die angewandte Psychologie bietet jedoch eine Vielfalt an Ansätzen zur Abbildung und Erforschung dieser Entscheidungsprozesse. Im Rahmen des Seminars werden zentrale Themen des Konsumentenverhaltens und Marketings aus psychologischer Perspektive vorgestellt und jeweils in Beziehung zur betriebswirtschaftlichen Sichtweise gesetzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klassisches vs. soziales Marketing - Potenziale und Grenzen der Marktsegmentierung - Tailored Interventions/ tailored Marketing - Konsumententscheidungen bei verschiedenen Güterarten - Konsumentenverhalten und Digitalisierung.
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Gardner, G. T., & Stern, P. C. (2002). Environmental problems and human behavior. Boston, MA: Pearson. - Kotler, P., Roberto, N., & Lee, N. (2002). Social marketing: Improving the quality of life (2. ed.). Thousand Oaks [u.a.]: Sage Publ. - Trommsdorff, V., & Teichert, T. (2011). Konsumentenverhalten: W. Kohlhammer Verlag.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Sommersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt

Modulverantwortliche(r):

Lehrstuhl für Persönlichkeits- und Sozialpsychologie

Modulbezeichnung:
Konsumentenverhalten II: Verhaltenssteuerung (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)
Verwendbarkeit des Moduls:
Wahlpflichtmodul
Studiensemester:
5. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ziel der Veranstaltung</i> ist es, die theoretischen Methoden für eine psychologische Gestaltung von Verhaltensänderungs- bzw. Verhaltensmanagementprogrammen (z.B. Mitarbeiterführung, Marketingmaßnahmen, Planungs-, Entscheidungs- und Kaufverhalten) kennen zu lernen und anzuwenden. Speziell wird der Frage nachgegangen, wie sich Unternehmen auf den Engpass „Absatz“ einstellen können – sowohl mit Blick auf die Psychologie des Konsums (Kaufentscheidungen), als auch auf Fragen der Unternehmensführung (Verhaltensmanagement). Dazu gehört es auch, die Grenzen psychologischer Verhaltenssteuerung und die Schnittstellen zu Partnerdisziplinen (z.B. Ökonomie) zu kennen und beim Verhaltensmanagement mit zu berücksichtigen. - Studierende erlernen die kritische Betrachtung aktueller Forschung in Bezug auf verschiedene handlungsrelevante Modelle der Sozialpsychologie sowie der Frage, was die Bedeutung des Handlungskontextes in der Psychologie für das individuelle Verhalten (z.B. Kaufverhalten, Rollenverhalten in Unternehmen) ist. - Mit Hilfe von praktischen Übungen (Konzept- und Interventionsentwicklung) sollen Studierende in die Lage versetzt werden, Verhaltensmanagementprogramme aus realen gesellschaftlichen oder unternehmerischen Problemfeldern zu entwickeln und realistische Wirksamkeitserwartungen zu antizipieren. - <i>Schlüsselkompetenzen:</i> Wissen um sozialpsychologische Verhaltenstheorien und grundsätzliche Verhaltensänderungsmöglichkeiten, kritische Reflektion publizierter Fachliteratur, Fähigkeit der problem-angepassten Auswahl von Marketingstrategien und anderer Intervention vor dem Hintergrund psychologischer Erkenntnisse, Vermittlung und aktives Erarbeiten von Wissen zu den Determinanten menschlichen Handelns sowie von Verhaltensänderungsmöglichkeiten.
Inhalt:
<p><i>Inhalte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzepte und Modelle der psychologischen Verhaltensforschung - Psychologische Prinzipien der Verhaltensänderung (Interventionen) - Handlungsmotivation - Sozialpsychologische Methoden von Gruppenprozessen
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. M. (2014). Sozialpsychologie. München: Pearson. - Cialdini, R. B. (2013). Die Psychologie des Überzeugens. Bern: Huber.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
<ul style="list-style-type: none"> - Keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:

20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Lehrstuhl für Persönlichkeits- und Sozialpsychologie

Psychologie

Modulbezeichnung:
Arbeits- und Organisationsgestaltung (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester
2. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Arbeitssysteme zu analysieren und daraus bedarfsgerechte korrektive Maßnahmen abzuleiten, um Arbeitssysteme in humangerechter und wirtschaftlicher Form zu optimieren. - Bei der Konzeption zukünftiger Arbeitssysteme, Arbeitsaufgaben und/oder Projekte berücksichtigen die Studierenden prospektiv menschliche Bedürfnisse sowie relevante Personenmerkmale (Eigenschaften, Fähigkeiten etc.) und erzielen damit eine Win-win-Situation für Unternehmen und Belegschaft.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Fachgebiet der Arbeits- und Organisationspsychologie - Psychologische Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung - Arbeitszufriedenheit und Arbeitsmotivation - Wirkung der Arbeit (Belastung vs. Beanspruchung, Stress, Gefährdungsanalyse psychischer Belastung) - Analyse und Steigerung der Innovationsfähigkeit heterogener und interdisziplinärer Arbeits- bzw. Projektgruppen - „Arbeit 4.0“ (kritischer Diskurs aktueller Entwicklungen vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung von Arbeitstätigkeiten)
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (Hrsg.). (2014). <i>Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastung: Erfahrungen und Empfehlungen</i>. Berlin: Erich Schmidt. - Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.). (2017). <i>Weißbuch Arbeiten 4.0</i>. Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Soziales. - Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2014). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (3., vollständig überarbeitete Auflage). Berlin: Springer. - Waßmann, S. (2015). <i>Innovationsfähigkeit im demografischen Wandel: Entwicklung und Validierung des Assessment-Tools NovaDemo zur Erfassung der Innovationsfähigkeit von Einzelpersonen und Arbeitsgruppen</i>. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing.
Lehrformen und SWS:
2 SWS
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Sommersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt

Modulverantwortliche(r):

Lehrstuhl für Persönlichkeits- und Sozialpsychologie

Modulbezeichnung:
Kommunikationspsychologie (berufsbegleitend) (Wahlpflicht)
Verwendbarkeit des Moduls:
Wahlpflichtmodul
Studiensemester
5. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - In diesem Seminar erwerben die Studierenden kommunikative Kompetenzen, die über das inhaltlich-fachliche Leistungshandeln hinausgehen und vielmehr den souveränen Umgang mit anderen ermöglichen, um in einer zunehmend interaktiven Arbeitswelt effektiv und effizient zu kommunizieren. - Die Studierenden werden mit den Methoden der Kommunikation vertraut. Darüber hinaus lernen sie die Bedeutung der verschiedenen Kommunikationsbausteine kennen und praxisbezogen zu transferieren. Ferner werden typische Gesprächssituationen von Führungskräften betrachtet (z.B. Kritikgespräche, Coaching Gespräche). - Nach Abschluss des Seminars sind die Teilnehmenden in der Lage, die Bedeutung kommunikativer Aspekte realistisch einzuschätzen. Sie können eigene Stärken und Schwächen einschätzen und reflektieren. Ziel ist es, den Studierenden den täglichen Umgang mit Kollegen und Kolleginnen bzw. Mitarbeitenden zu erleichtern. Auch „unangenehme“ Gesprächssituationen können von den Studierenden nach Beendigung des Seminars souverän bewältigt werden.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationswissenschaftliche Methoden (verschiedene Ansätze von Kommunikationsmodellen) - Typische Kommunikationsprobleme - Axiome der Kommunikation - Die Bedeutung der nonverbalen Kommunikation (Bedeutung, Einsatz und Interpretation der nonverbalen Kommunikation) - Methoden der Gesprächsführung mit Mitarbeitenden - „Erste Hilfe“ zu ausgewählten Führungsgesprächen (bspw. Problemlösungsgespräche, Kritikgespräche, Coaching Gespräche oder Schlechte-Nachricht-Gespräche)
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Alter, U. (2015). Grundlagen der Kommunikation für Führungskräfte – Mitarbeitende informieren und Führungsgespräche erfolgreich durchführen. Wiesbaden: Springer. - Röhner, J. & Schütz, A. (2012). Psychologie der Kommunikation. Wiesbaden: Springer. - Sentürk, J. (2012). Schulterblick und Stöckelschuh – Wie Haltung, Gestik und Mimik über unseren Erfolg entscheiden. Wiesbaden: Springer Gabler. - Zweifel, T. D. (2016). Communicate or Die – Mit Sprache führen. Wiesbaden: Springer Gabler.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- Keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:

Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt

Leistungsnachweise/Prüfung:

Von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen wird erwartet, dass sie regelmäßig aktiv an der Veranstaltung teilnehmen. Dies betrifft die eigentlichen Übungen und Diskussionen, als auch deren Vorbereitung. Der erfolgreiche Besuch der Veranstaltung erbringt 5 CP.

Modulverantwortliche(r):

Lehrstuhl für Persönlichkeits- und Sozialpsychologie

Modulbezeichnung:
Grundlagen der Psychologie (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
1. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die Studierenden sollen Grundkenntnisse in Psychologie erlangen und sowohl einen Einblick in die Vielfalt der Bereiche und Themen in Psychologie bekommen als auch in die methodischen Möglichkeiten. Diese Kenntnisse sensibilisieren sie für verschiedene Themen, die auch in ihrem Berufsalltag relevant sein können. Sie sollen in die Lage versetzt werden, mögliche Schwierigkeiten und Ansatzpunkte zu erkennen sowie bei Bedarf auf psychologische Unterstützung zurückzugreifen.
Inhalt:
Im Rahmen der Veranstaltung wird auf verschiedene Bereiche der Psychologie eingegangen: Entwicklungspsychologie, klinische Psychologie, kognitive Psychologie und Sozialpsychologie. Es werden sowohl theoretische Grundlagen erläutert als auch gängige methodische Ansätze vorgestellt. Klassische Themen in den jeweiligen Bereichen werden eingeführt und durch Themen von besonderer Relevanz für den Studiengang ergänzt. Entwicklungspsychologie: Entwicklung über die Lebensspanne mit Schwerpunkt auf das Erwachsenenalter Klinische Psychologie: verschiedene Erklärungsansätze und Therapieformen Kognitive Psychologie: Wahrnehmung, Lernen, Gedächtnis & Motivation - Sozialpsychologie: soziale Identitätstheorie, sozialer Einfluss & soziale Einstellung
Literaturhinweise:
- Bekanntgabe in der Lehrveranstaltung
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Lehrstuhl für Persönlichkeits- und Sozialpsychologie

Modulbezeichnung:
Führungskompetenz (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
3. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden erwerben Führungskompetenzen, die über das fachliche Leistungshandeln hinausgehen. Der Wandel der Arbeitswelt erfordert zunehmend einen team- und interaktionsfähigen Umgang mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. - Die Teilnehmenden lernen zentrale Führungstheorien kennen und kritisch zu reflektieren. Sie werden mit den Komponenten der Führungskompetenz vertraut gemacht. Mittels trainingsbasierten Methoden können die eigenen jeweiligen Kompetenzen eingeschätzt werden. Fragestellungen der Teamführung werden den Studierenden ferner vermittelt. Ziel ist es, ein Verständnis für Gruppendynamische Prozesse zu erlangen, welches den situations- und praxisgerechten Umgang mit Teams unterstützt. - Nach Abschluss des Seminars sind die Teilnehmenden mit den zentralen Bausteinen erfolgreicher Führungsarbeit vertraut und können die Bedeutung des Führungshandelns realistisch einschätzen. Eigene Stärken und Schwächen können während des Kurses reflektiert und für die persönliche Karriereplanung genutzt werden.
Inhalt:
<ul style="list-style-type: none"> - Führungstheorien (trait-Ansatz, verhaltenstheoretischer Ansatz, situativer Ansatz) - Führungskommunikation (sprachliche, nonverbale & kontextuelle Ebene) - Führungsanspruch - Überzeugungskraft & Durchsetzungsfähigkeit - Inspirierende Führung, Offenheit & Sympathie - Feedbackfähigkeit - Coachingfähigkeit - Gruppendynamisches Wissen - Schwierige Situationen in Gruppen
Literaturhinweise:
<ul style="list-style-type: none"> - Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie (3. Auflage). Berlin: Springer. - Lang, R. & Rybnikova (2014). Aktuelle Führungstheorien und -konzepte. Wiesbaden: Springer. - Paschen, M & Dihsmair (2011). Psychologie der Menschenführung. Berlin-Heidelberg: Springer. - Pinnow, D.F. (2012). Führen – worauf es wirklich ankommt (6. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. - Reineck, U., Sambeth, U. & Winkelhofer, A. (2011). Handbuch Führungskompetenzen trainieren (2. Auflage). Weinheim: Beltz.
Lehrformen und SWS:
2 SWS Vorlesung und Übung
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- keine
Arbeitsaufwand und Credit Points:

20 Präsenzstunden und 130 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistung / 5 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Wintersemester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Siehe §14 SPO Wipsy, wird zu Beginn des Kurses festgelegt
Modulverantwortliche(r):
Lehrstuhl für Persönlichkeits- und Sozialpsychologie

Master-Abschlussarbeit

Modulbezeichnung:
Masterarbeit mit Abschlusssseminar (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Studiensemester:
6. Fachsemester
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - entwickeln ein Verständnis für die Problematik der Findung und Formulierung einer Forschungsfrage, - erhalten einen Einblick in die Planung und Durchführung eines eigenen Forschungsvorhabens, welches an die Inhalte des Studiengangs anknüpft, - vertiefen inhaltliche Kenntnisse in einem Teilgebiet des gewählten Studiengangs, - erlangen einen Einblick in die Projekte und Erfahrungen von Kommilitonen, - erwerben die Fähigkeit, eine wissenschaftliche Arbeit zu erstellen und zu verteidigen, - sind in der Lage, sich mit den Arbeitsergebnissen anderer Teilnehmer des Kolloquiums auseinanderzusetzen.
Inhalt:
<p>Alle Studierenden, die im betreffenden Semester eine Masterarbeit erstellen, nehmen an dem Kurs teil.</p> <p>Im Rahmen des Kurses werden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsfragen definiert, - Zwischenergebnisse und Ergebnisse präsentiert und diskutiert, - die Erstellung der Masterarbeit begleitet. <p>Dabei wird ein breites Spektrum von Einzelaspekten des gewählten Schwerpunktes inhaltlich wiederholt und vertieft. Die Masterarbeit kann anwendungsorientiert, z. B. in Kooperation mit Unternehmen oder Organisationen, gestaltet werden und somit auch der konkreteren Positionierung auf dem außeruniversitären Arbeitsmarkt dienen.</p> <p>Die Veranstaltung ist wie ein Forschungskolloquium organisiert, bei dem Studierende aus laufenden Projekten offene Fragen und (erste) Ergebnisse vorstellen sowie mit Betreuern und Kommilitonen diskutieren.</p>
Literaturhinweise:
- Nach Absprache mit dem jeweiligen Betreuer
Lehrformen und SWS:
2 SWS Seminar
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- Empfohlen werden die Inhalte der Module der Semester 1-6
Arbeitsaufwand und Credit Points:
20 Präsenzstunden und 430 Stunden Selbststudium inkl. Prüfungsleistungen / 15 CP
Häufigkeit des Lehrangebots:
i.d.R. jedes Semester
Leistungsnachweise/Prüfung:
Masterarbeit (80%) und Präsentationen & Diskussionsbeiträge (20%)

Modulverantwortliche(r):

Die jeweils das Modul anbietende Professur.

Praxisanrechnung

Modulbezeichnung:
Praxisanrechnung (berufsbegleitend)
Verwendbarkeit des Moduls:
Pflichtmodul
Modulziele und angestrebte Lernergebnisse:
Die/der Studierende weißt Kompetenzen in folgenden Bereichen nach: <ul style="list-style-type: none"> - Eigenverantwortliche Projekte zu planen, organisieren und zu überwachen - Personal zu führen, motivieren und zu kooperativen Verhalten anzuleiten - Geschäftsfelder und -aufgaben zu analysieren - Langfristige Strategien für alternative Umweltzustände zu entwickeln
Inhalt:
<p>Der Studiengang macht von der Möglichkeit Gebrauch, bei berufsbegleitenden Studiengängen in der Praxis gesammelte Erfahrungen anzurechnen. Dies geschieht im Umfang von bis zu 30 ECTS. Zur Darlegung der Praxisleistungen ist ein Gespräch mit einem von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft bestellten Professor (einer Professorin). Das Gespräch ist zu protokollieren. In diesem Gespräch ist zu prüfen, ob der Studierende in seiner praktischen Tätigkeit Kompetenzen erworben hat, die im Sinne der Ziele des Studiums eingesetzt werden können. Insbesondere zählen dazu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Fähigkeit eigenverantwortlich Projekte zu planen und ihre Umsetzung zu organisieren und zu überwachen. - Die Fähigkeit Personal verantwortungsvoll zu führen, zu motivieren und zu kooperativem Verhalten anzuleiten. - Die Kompetenz Geschäftsfelder und -aufgaben analytisch zu betrachten und die sich aus der Analyse ergebenden Handlungsanweisungen klar zu strukturieren. - Die Kompetenz langfristige Strategien zu entwickeln, die Ziele und Rahmenbedingungen präzise beschreiben und Handlungsanweisungen für alternative Umweltzustände beinhalten. <p>Kompetenzen, die nicht in der oben aufgeführten Liste enthalten sind, aber dennoch den grundlegenden Zielen des Studiums, wie sie in § 2 der Studienordnung erläutert sind, dienlich sind, können ebenfalls zur Anrechnung gebracht werden.</p>
Literaturhinweise:
-
Lehrformen und SWS:
2 SWS Seminar
Unterrichtssprache:
Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen & Empfehlungen für die Teilnahme:
- Keine
Arbeitsaufwand:
20 Präsenz- und 880 Lernzeitstunden
Häufigkeit des Lehrangebots:
In der Regel jährlich
Leistungsnachweise/Prüfung/Credits:
Schriftliche Ausarbeitung (80%) und Präsentationen & Diskussionsbeiträge (20%), 30 CP, unbenotet
Modulverantwortliche(r):
Professur für Wirtschaftspolitik

