



# **Modulhandbuch Wirtschaftspsychologie**

Fakultät Angewandte Wirtschaftswissenschaften (School of Management)

Prüfungsordnung 23.03.2022

Stand: 05.08.2024 14:43

## Inhaltsverzeichnis

- MWP01 Forschungsmethoden
- MWP02 Allgemeine Psychologie 1
- MWP03 Sozialpsychologie
- MWP04 Personalpsychologie
- MWP05 Allgemeine Psychologie 2
- MWP06 Organisationspsychologie
- MWP07 Verhaltensökonomik
- MWP08 Konsum-, Markt- und Werbeforschung
- MWP09 FWP-Fach 1
- MWP10 FWP-Fach 2
- MWP11 FWP-Fach 3
- MWP12 FWP-Fach 4
- MWP13 Masterarbeit & Verteidigung



## MWP01 Forschungsmethoden

Modul Nr.	MWP01
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Cordula Krinner
Kursnummer und Kursname	MWP01 Forschungsmethoden
Lehrende	Prof. Dr. Armin Eichinger Prof. Dr. Cordula Krinner
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	7
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 150 Stunden Gesamt: 210 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	7/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Die Ziele dieses Moduls sind vor allem im Bereich der Entwicklung grundlegender fachlicher Kompetenzen angesiedelt. Die Studierenden begreifen, dass Wirtschaftspsychologie auf empirisch-wissenschaftlichen Vorgehensweisen beruht. Durch die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Mechanismen der wissenschaftlichen und statistischen Generierung von Erkenntnissen können sowohl Methoden- als auch Selbstkompetenzen erworben werden. Die Studierenden verstehen, wie empirische Untersuchungen in der Wirtschaftspsychologie konzipiert, durchgeführt, ausgewertet und präsentiert werden.



Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung haben die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:

**Fachkompetenzen:**

- Die Studierenden festigen, vertiefen und erweitern den Stand ihrer Kenntnisse bzgl. der statistischen Methoden der Wirtschaftspsychologie. Sie setzen diese in Beziehung zu den empirischen - insbesondere den experimentellen - Methoden der Datenerhebung.
- Sie können die verschiedenen Möglichkeiten der mehrfaktoriellen Datenerhebung einschätzen, anwenden und bewerten.

**Methodenkompetenzen:**

- Sie sind in der Lage, die besprochenen Methoden mithilfe geeigneter Softwarepakete umzusetzen.
- Die Studierenden sind in der Lage mehrfaktorielle Versuchspläne aufzustellen und zu bewerten.
- Sie kennen die Gütekriterien empirischer Forschung und können diese auf eigene sowie fremde Forschungsprozesse und -ergebnisse beurteilend anwenden.
- Sie verstehen die unterschiedlichen Logiken und Herangehensweisen von qualitativer und quantitativer Forschung und sind in der Lage, das für eine konkrete Forschungsfrage angemessene Verfahren der Datenerhebung und -auswertung auszuwählen

**Soziale/Personale Kompetenzen:**

- Die Studierenden verfügen über analytisches Denkvermögen, um Sachverhalte schnell zu erfassen und in Zusammenhängen beurteilen zu können

**Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Das Modul kann in thematisch verwandten Studiengängen bzw. -fächern verwendet werden; insbesondere in Studiengängen, die verhaltenswissenschaftliche Aspekte aufweisen.

**Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Kompetenzen einer typischen Einführung in Statistik, wie sie üblicherweise in Statistik 1 vermittelt werden.

**Inhalt**

**Statistik**



- Wiederholung (ggf. Bildung) von zentralen Kompetenzen im Bereich Statistik 1: Signifikanztest, Korrelation & Regression, t-Test
- Einfaktorielle Varianzanalyse (mit und ohne Messwiederholung)
- Übergang auf die mehrfaktorielle Varianzanalyse (mit und ohne Messwiederholung)
- Übergang von der einfachen zur multiplen Regressionsanalyse

### **Forschungsmethoden**

- Gegenüberstellung: quantitatives vs. qualitatives Forschungsparadigma
- Methoden und Gütekriterien der quantitativen Forschung und Datenerhebung: Experiment, schriftliche Befragung
- Methoden und Gütekriterien der qualitativen Forschung und Datenerhebung: Interview, Beobachtung
- Mixed Methods-Designs

### **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht kombiniert mit Vorlesungsanteilen und Übungen  
Asynchrone virtuelle/multimediale Anteile im Bereich Statistik (50%)

### **Besonderes**

-

### **Empfohlene Literaturliste**

Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (5. Aufl.). Springer.

Bortz, J. & Schuster, C. (2010). *Statistik: Für Human- und Sozialwissenschaftler*. Springer.

Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). Sage.

Goodwin, K. A. & Goodwin, C. J. (2017). *Research in Psychology. Methods and Design* (8th ed.). Wiley.

Huber, O. (2019). *Das psychologische Experiment: Eine Einführung* (7. Aufl.). Hogrefe.

Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor* (2. Aufl.). Springer.

Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W., & Naumann, E. (2021). *Quantitative Methoden 1: Einführung in die Statistik für Psychologie, Sozial- & Erziehungswissenschaften* (5. Aufl.). Springer.

Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W., & Naumann, E. (2021). *Quantitative Methoden 2: Einführung in die Statistik für Psychologie, Sozial- und Erziehungswissenschaften* (5. Aufl.). Springer.



## MWP02 Allgemeine Psychologie 1

Modul Nr.	MWP02
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Cordula Krinner
Kursnummer und Kursname	MWP02 Allgemeine Psychologie 1
Lehrende	Prof. Dr. Armin Eichinger Prof. Dr. Cordula Krinner
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	7
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 150 Stunden Gesamt: 210 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	7/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Die Ziele dieses Moduls sind vor allem im Bereich der Entwicklung grundlegender fachlicher Kompetenzen angesiedelt in den Bereich Wahrnehmung, Aufmerksamkeitssteuerung, Lernen und Gedächtnis. Da die Studierenden bereits Kompetenzen aus wirtschaftlichen Fächern mitbringen, kann der Bezug zur Anwendung dieser Grundlagen gestärkt erfolgen.

Neben den fachlichen Kompetenzen können durch die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Mechanismen der menschlichen Informationsverarbeitung Methoden- und Selbstkompetenzen erworben werden: Kenntnisse zu Verarbeitung, Speicherung, Abruf von Information sowie kontextueller Einflüsse sind unmittelbar relevant und anwendbar



für die Strukturierung individueller Lernsituationen. Sie bilden die Grundlage individuellen Entscheidungsverhaltens. Das Verständnis von Strukturen und Defiziten menschlichen Entscheidungsverhaltens, die vielfach auf Mechanismen der Aufmerksamkeitsregulation beruhen, ist eine individuelle Problemlösekompetenz, die nicht nur auf andere Fächer, sondern in Entscheidungssituationen des persönlichen Umfelds wirken kann.

Nach Absolvieren dieses Moduls haben die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:

**Fachkompetenzen:**

- Universelle und funktionale psychologische Konzepte kennen und verstehen
- Grundlegendes Verständnis für die Umsetzung psychologischer Fragestellungen in empirische Forschung entwickeln und festigen
- Einblick in Überschneidungen und Beziehungen zu anderen Teilgebieten der Psychologie (z. B. Sozialpsychologie, Verhaltensökonomik) gewinnen

**Methodenkompetenzen:**

- Üben wissenschaftlichen Urteilens, Denkens und Diskutierens anhand allgemeinpsychologischer Forschung (Selbstkompetenz)
- Selbststrukturierung neu erworbenen Wissens mit Perspektive der Anwendung bei der Gestaltung wirtschaftlicher Kontexte (im Privaten, Organisatorischen, Gesellschaftlichen)

**Soziale/Personale Kompetenzen:**

- Erwerb von Sozialkompetenz durch Diskussionsfähigkeit und Wissenstransfer
- Erwerb von Selbstkompetenz in Bereichen der konzentrierten Wissensaufnahme, kritischen Reflexion und des Umgangs mit Fachliteratur

**Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Das Modul kann in thematisch verwandten Studiengängen bzw. -fächern verwendet werden.

**Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Inhalt**

**Wahrnehmung und Aufmerksamkeit**

- Visuelle Wahrnehmung
- Farbwahrnehmung
- Psychophysik



- Signalentdeckungstheorie
- Zusammenwirkende Mechanismen von Wahrnehmung und Aufmerksamkeit

### **Lernen und Gedächtnis**

- Klassisches Konditionieren
- Operantes Konditionieren
- Beobachtungslernen
- Prozesse und Ebenen des Gedächtnisses, Mehrspeichermodell
- Sensorisches Gedächtnis, Kurzzeit-/Arbeitsgedächtnis
- Langzeitgedächtnis (Sünden vs. Verbesserung des Gedächtnisses)

### **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht kombiniert mit Vorlesungsanteilen und Übungen  
Soweit möglich Erarbeitung des Stoffes anhand von zahlreichen Praxisbeispielen  
Asynchrone virtuelle Anteile im Bereich Wahrnehmung und Aufmerksamkeit (50%)

### **Besonderes**

-

### **Empfohlene Literaturliste**

- Eysenck, M. W. & Keane, M. T. (2020). *Cognitive Psychology. A student's handbook* (8th ed.). Psychology Press.
- Gegenfurtner, K., & Goldstein, E. B. (2014). *Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs*. (K. N. Oettingen & G. Plata, Trans.) (9th ed.). Springer.
- Gerrig, R. J., Dörfler, T. & Roos, J. (2018). *Psychologie* (21. Aufl.). Pearson.
- Goldstein, E. B., & Cacciamani, L. (2021). *Sensation and Perception*. Cengage.
- Hagendorf, H., Krummenacher, J., Müller, H.-J., & Schubert, T. (2011). *Allgemeine Psychologie für Bachelor: Wahrnehmung und Aufmerksamkeit*. Springer.
- Müsseler, J. (2015). *Allgemeine Psychologie* (2nd ed.). Springer.
- Myers, D. G., Hoppe-Graff, S., & Keller, B. (2014). *Psychologie*. (3. Aufl.). Springer.



## MWP03 Sozialpsychologie

Modul Nr.	MWP03
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Kursnummer und Kursname	MWP03 Sozialpsychologie
Lehrende	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Semester	1
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,

#### **Fach- und Methodenkompetenzen:**

- einen Überblick über relevante Themen, einschlägige Theorien und empirische Befunde der Sozialpsychologie zu geben.
- Methoden sozialpsychologischer Forschung zu kennen und anzuwenden.
- die Relevanz sozialpsychologischer Grundlagen für verschiedene Anwendungsfelder verstehen.
- klassische sozialpsychologische Experimente anhand wissenschaftlicher Kriterien zu beurteilen.



- Ergebnisse klassischer und aktueller Untersuchungen angemessen darzustellen und diese zu interpretieren und anzuwenden.
- wissenschaftliche Studien kritisch zu hinterfragen.
- sozialpsychologische Theorien und empirische Befunde in ihrer Struktur und Systematik erläutern und reflektieren zu können.
- aus sozialpsychologischen Theorien und Befunden Erklärungs- und Lösungsansätze für Alltagssituationen mit Interaktionsprozessen ableiten zu können.
- soziales Verhalten und soziale Situationen zu analysieren.
- die sozialpsychologische Perspektive von allgemein- und individualpsychologischen Perspektiven abzugrenzen.

### **Sozial- und Selbstkompetenzen:**

- erworbene Grundkenntnisse und Fähigkeiten in die Anwendungsfächer zu transferieren.
- Probleme in typischen Situationen sozialer Interaktion zu verstehen.
- Problem- und Konfliktlösungen in alltagsrelevanten Situationen effizient zu fördern.
- soziale Konflikte und zentrale Problemstellungen der sozialen Beeinflussbarkeit zu lösen.
- sozialpsychologische Einflüsse in Wahrnehmung, Urteilsbildung und Verhalten bei sich und bei anderen zu erkennen.
- soziale Kontexte für gelungene Kommunikation und Interaktion zu identifizieren und konstruktiv zu gestalten.
- Wechselwirkungen zwischen Individuum und Umwelt bei Interaktionen sowie soziales Verhalten und kommunikative Prozesse differenziert einzuschätzen.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Pflichtfach für den Studiengang Master Wirtschaftspsychologie

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

**Voraussetzungen für die Vergabe der Leistungspunkte** : Erfolgreicher Abschluss der schriftlichen Prüfung mit der Bewertung "ausreichend" oder besser

## **Inhalt**

1. Gegenstand und Forschungsmethoden der Sozialpsychologie
2. Soziale Kognition, Attribution und soziale Wahrnehmung
3. Das Selbst und soziale Identität



4. Sozialer Einfluss und soziale Interaktion (Normen und Konformität)
5. Einstellungen (Einstellungsbildung, -veränderung, Stereotypen und Vorurteile)
6. Interpersonale Attraktion
7. Aggression
8. Prosoziales Verhalten
9. Gruppenpsychologie (Gruppeneinfluss, -prozesse, -entscheidungen, Führung, Konflikt und Kooperation)
10. Angewandte Sozialpsychologie und aktuelle Themen (z.B. soziale Netzwerke, Einflüsse von Bloggern, etc.)

## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, Rollenspiele

## **Besonderes**

Projektarbeit zu aktuellen Themen, klassische Experimente der Sozialpsychologie

## **Empfohlene Literaturliste**

### **Basisliteratur:**

Aronson, Elliot/ Wilson, Timothy/ Akert, Robin: Sozialpsychologie. 8. Auflage.

Hallbergmoos: Pearson Studium, 2014.

Bierhoff, Hans-Werner: Sozialpsychologie: Ein Lehrbuch. 6. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer, 2006.

Fischer, Lorenz/ Wiswede, Günter: Grundlagen der Sozialpsychologie. 3. Auflage. Berlin: Oldenbourg, 2009.

Sanderson, Catherine A.: Social Psychology. Weinheim: Wiley, 2009.

Jonas, Klaus/ Stroebe, Wolfgang/ Hewstone, Miles: Sozialpsychologie. 6. Auflage. Berlin: Springer, 2014.

### **Weiterführende Literatur:**

Bierhoff, Hans-Werner/ Frey, Dieter: Sozialpsychologie: Individuum und soziale Welt. Göttingen: Hogrefe, 2011.

Bierhoff, Hans-Werner/ Frey, Dieter: Sozialpsychologie: Interaktion und Gruppe. Göttingen: Hogrefe, 2011.

Böhmer, Matthias: Expertise und diagnostische Urteilsbildung: Ein sozial-kognitiver Ansatz. Hamburg: Dr. Kovac, 2011.



Güttler, Peter O.: Sozialpsychologie: Soziale Einstellungen, Vorurteile, Einstellungsänderungen. 4. Auflage. Berlin: Oldenbourg, 2003.



## MWP04 Personalpsychologie

Modul Nr.	MWP04
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Kursnummer und Kursname	MWP04 Personalentwicklung WMP04 Personaldiagnostik
Lehrende	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

**Fachkompetenz:**

Die Studierenden sind danach in der Lage, Mitarbeiter nach verschiedenen Methoden auszuwählen und den Bedarf an Personalentwicklung zu analysieren

**Methodenkompetenz:** Anwendung von Methoden der Persönlichkeitsdiagnostik

**Sozialkompetenz:** Arbeiten im Team

**Selbstkompetenz:** Analyse eigener Tendenzen bei der Beurteilung anderer



## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Dieses Modul ist ein wichtiger Teil des Personalmanagements

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

## **Inhalt**

- Grundbegriffe, Theorien und Methoden der Leistungs- und Persönlichkeitsdiagnostik
- Forschungsmethoden der Leistungs- und Persönlichkeitsdiagnostik
- Durchführung, Auswertung und Interpretation verschiedener diagnostischer Verfahren
- Verfahren zur Personalauswahl: Interview, Assessment, Test, Verhaltensbeobachtung
- Theoretische Grundlagen: Persönlichkeit, Motivation, Intelligenz, Verhalten, Einstellung, Kompetenz, Kreativität, Konzentration,
- Gütekriterien diagnostischer Instrumente

## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht/Übung

## **Besonderes**

Hoher Selbstanteil (vor allem Gruppenarbeiten und gegenseitiges Feedback)

## **Empfohlene Literaturliste**

Hossiep, Rüdiger und Mühlhaus, Oliver (2015). Personalauswahl und -entwicklung mit Persönlichkeitstests (Praxis der Personalpsychologie, Band 9). Göttingen: Hogrefe

Kanning, Uwe Peter (2004). Standards der Personaldiagnostik. Göttingen: Hogrefe.

Kanning, Uwe Peter (2009). Diagnostik sozialer Kompetenzen. Kompendien - Psychologische Diagnostik. Göttingen: Hogrefe

Kersting, Martin (2008): Qualität in der Diagnostik und Personalauswahl - der DIN Ansatz. Hogrefe, Göttingen

Sarges, Werner (2000): Personal - Auswahl, Beurteilung und Entwicklung. In: J. Straub, J. Kochinka & H. Werbik (Hrsg.): Psychologie in der Praxis ? Anwendungs- und Berufsfelder einer modernen Wissenschaft



Schuler, Heinz und Kanning, Uwe Peter (2014): Lehrbuch der Personalpsychologie dritte Auflage. Hogrefe, Göttingen



## MWP05 Allgemeine Psychologie 2

Modul Nr.	MWP05
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Cordula Krinner
Kursnummer und Kursname	MWP05 Allgemeine Psychologie 2
Lehrende	Prof. Dr. Armin Eichinger Prof. Dr. Cordula Krinner
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	7
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 150 Stunden Gesamt: 210 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	7/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Die Ziele dieses Moduls sind vor allem im Bereich der Entwicklung grundlegender fachlicher Kompetenzen angesiedelt in den Bereichen Entscheidungsfindung, Emotion & Motivation sowie Sprache. Die Studierenden können Bezüge dieser anwendungsorientierten Grundlagenfächer zu ihren Kompetenzen herstellen, die sie in ihrem Wirtschaftsstudiengängen sowie ihrer beruflichen Tätigkeit erworben haben.

Durch die inhaltliche Auseinandersetzung mit diesen Mechanismen der menschlichen Informationsverarbeitung können darüber hinaus Methoden- und Selbstkompetenzen erworben werden: Es werden kognitive Systeme als Grundlage für die Mechanismen und Defizite individuellen Entscheidungsverhaltens besprochen. Das Verständnis



von Strukturen und Defiziten menschlichen Entscheidungsverhaltens ist eine individuelle Problemlösekompetenz, die nicht nur auf andere Fächer, sondern in Entscheidungssituationen des persönlichen Umfelds wirken kann.

Nach Absolvieren dieses Moduls haben die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:

**Fachkompetenzen:**

- Universelle und funktionale psychologische Konzepte kennen und verstehen
- Grundlegendes Verständnis für die Umsetzung psychologischer Fragestellungen in empirische Forschung entwickeln und festigen
- Einblick in Überschneidungen und Beziehungen zu anderen Teilgebieten der Psychologie und Wirtschaftspsychologie (z. B. Sozialpsychologie, Verhaltensökonomik) gewinnen

**Methodenkompetenzen:**

- Üben wissenschaftlichen Urteilens, Denkens und Diskutierens anhand allgemeinpsychologischer Forschung (Selbstkompetenz)
- Selbststrukturierung neu erworbenen Wissens mit Perspektive der Anwendung bei der Gestaltung wirtschaftlicher Kontexte (im Privaten, Organisatorischen, Gesellschaftlichen)

**Soziale/Personale Kompetenzen:**

- Erwerb von Sozialkompetenz durch Diskussionsfähigkeit und Wissenstransfer
- Erwerb von Selbstkompetenz in Bereichen der konzentrierten Wissensaufnahme, kritischen Reflexion und des Umgangs mit Fachliteratur

**Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Das Modul kann in thematisch verwandten Studiengängen bzw. -fächern verwendet werden.

**Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Inhalt**

**Entscheidungsfindung**

- Kognitive Dualität: Zwei grundlegende Systeme des Denkens
- Heuristiken & Verzerrungen
- Selbstüberschätzung
- Entscheidungsfindung



## **Sprache**

- Elemente und Struktur von Sprache
- Sprachentwicklung
- Sprachproduktion und Sprachverstehen
- Denken und Sprache

## **Emotion**

- Emotionstheorien und Emotion-Kognition-Debatte
- Erleben und Ausdruck von Emotionen: Mimik, FACS
- Dimensionen von Emotion
- Exemplarische Diskussion einzelner Emotionen: Ärger/Wut, Glück

## **Motivation**

- Begriffsbestimmung und Klassifikation
- Motivation als Produkt von Person und Situation
- Motivationsquellen: Bedürfnis, Trieb, Anreiz
- Leistungsmotivation

## **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht kombiniert mit Vorlesungsanteilen und Übungen  
Soweit möglich Erarbeitung des Stoffes anhand von zahlreichen Praxisbeispielen  
Asynchrone virtuelle/multimediale Anteile im Bereich Entscheidungsfindung (50%)

## **Besonderes**

-

## **Empfohlene Literaturliste**

Eysenck, M. W. & Keane, M. T. (2020). *Cognitive Psychology. A student's handbook* (8th ed.). Psychology Press.

Gerrig, R. J., Dörfler, T. & Roos, J. (2018). *Psychologie* (21. Aufl.). Pearson.

Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (Hrsg.) (2018). *Motivation und Handeln* (5. Aufl.). Springer.

Kahneman, D. (2012). *Schnelles Denken, langsames Denken*. Siedler.

Myers, D. G., Hoppe-Graff, S. & Keller, B. (2014). *Psychologie* . (3. Aufl.). Springer.

Pfister, H.-R., Jungermann, H., & Fischer, K. (2016). *Die Psychologie der Entscheidung: Eine Einführung* (4th ed.). Springer.



## MWP06 Organisationspsychologie

Modul Nr.	MWP06
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Kursnummer und Kursname	MWP0601 Organisationsdiagnostik; Interaktion & Kommunikation MWP0602 Organisationsklima, -kultur & -entwicklung
Lehrende	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Semester	2
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Fachkompetenzen:

Die Studierenden werden mit wesentlichen methodischen Ansätzen, Theorien und aktuellen Befunden der Organisationspsychologie und Organisationsanalyse und -entwicklung vertraut gemacht. Sie verstehen die Relevanz organisationspsychologischer Fragestellungen und Untersuchungen und kennen Anwendungsfelder und Rahmenbedingungen. Die Studierenden sollen Entscheidungen, Strukturen und Prozesse in Organisationen systematisch analysieren und optimieren können. Sie verstehen



die Gestaltung einer Organisation aus ihrer (geschichtlichen) Entwicklung heraus und erkennen zentrale Einflussfaktoren sowie Fehlentwicklungen. Sie kennen entsprechende Diagnoseinstrumente, Interventionstechniken und Beratungsansätze und können diese auf berufspraktische Fragestellungen anwenden und kritisch reflektieren.

**Sozialkompetenzen:**

Die Studierenden trainieren Kommunikationsfähigkeit, Kooperationsfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Einfühlungsvermögen und weitere soziale Kompetenzen vor allem in Gruppenarbeiten während der Präsenzveranstaltungen.

**Selbstkompetenzen:**

Kritische Reflexion, Umgang mit Fachliteratur und aktuellen Befunden, Selbststrukturierung neu erworbenen Wissens, eigenständige Planung und Durchführung des erworbenen Wissens auf angewandte Problemstellungen, Reduktion der inhaltlichen Komplexität wesentlicher Erkenntnisse der Arbeits- und Organisationspsychologie auf zentrale Aussagen.

**Methodenkompetenzen:**

Die Studierenden werden zum kritischen Vergleich theoretischer und methodischer Ansätze der Organisationspsychologie , der Organisationsanalyse und -entwicklung befähigt und können diese auf praxisbezogene Fragestellungen anwenden.

**Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

-

**Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Forschungsmethoden 1

Allgemeine Psychologie

Kenntnis der wesentlichen Methoden der deskriptiven und inferentiellen Statistik und die Fähigkeit, diese auf die Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie anzuwenden

Grundlegendes Verständnis für die Umsetzung psychologischer Fragestellungen in empirische Forschung

**Inhalt**

**Organisationspsychologie: Theoretische und Methodische Grundlagen**

- Theoretische und methodische Grundlagen der Organisationspsychologie
- Arbeitszufriedenheit und Arbeitsmotivation
- Kommunikation in Organisationen
- Arbeitsgruppen und Teams
- Führung



- Organisationskultur
- Beschreibung und Gestaltung von Organisationen
- Organisationsanalyse und Organisationsentwicklung
- Grundlagen und Methoden der empirischen Sozialforschung
- Organisations- und Menschenbilder
- Modelle und psychologische Konzepte der Organisationsentwicklung
- Methoden der Organisationsentwicklung
- Beratung, Training, Coaching, systemische Ansätze
- Auswahl, Durchführung und Evaluation von Interventionen in Organisationen

### **Fach- und Methodenkompetenz**

- Theoretische Grundlagen und Methoden der Organisationspsychologie einzuordnen und abzugrenzen.
- Organisationspsychologische Interventionsinstrumente zu differenzieren und zu bewerten.
- Organisationspsychologische Modelle auf Praxisfälle anzuwenden.
- Komplexe Fragestellungen zu bearbeiten.
- Ein vertieftes Verständnis wissenschaftlicher Arbeitsmethoden in unterschiedliche
- Kontexte zu transferieren.

### **Sozial- und Selbstkompetenz**

- Eigenes und fremdes Rollenverhalten verstehen
- Feedbackmodelle in unterschiedlichen Settings zu nutzen.

### **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht, Übungen, Supervision bei eigenen Praxisprojekten der Organisationsentwicklung

### **Besonderes**

-

### **Empfohlene Literaturliste**

- Kauffeld, S. (Hrsg.), Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor, 2. Aufl., Heidelberg, 2014.
- Nerdinger, F., W., Blickle, G., Schaper, N., Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. Aufl., Heidelberg 2014.
- König, O., Schattenhofer, K., Einführung in die Gruppendynamik, Heidelberg, 8. Aufl., 2016.



- Licko, J. C., Nelson, D. L., Principles of Organizational Behavior: Realities and Challenges, 8th ed., South Western, Cengage Learning, 2013.
- Schuler, H., Moser, K., (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie, 5. Aufl., Bern, 2014
- Anderson, N., Ones, D. S., Sinangil, H. K. & Viswesvaran, C. (2001). Handbook of industrial, work and organizational psychology. Vol. 1 + 2. London: Sage.
- Kanning, U. P. & Staufenbiel, Th. (2011). Organisationspsychologie. Gottingen: Hogrefe.
- Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin: Springer.
- Nerdinger, F., Blickle, G. & Schaper, N. (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer.
- Schreyogg, G. (2008). Organisation - Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden: Springer.
- Schuler, H. & Moser, K. (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie. Bern: Huber. o Titscher, S., Meyer, M. & Mayrhofer, W. (2008). Organisationsanalyse. Wien: wuv.
- Atteslander, Peter (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung, 11. Aufl., Berlin.
- E. Schmidt. Diekmann, Andreas (1997): Empirische Sozialforschung, 3. Aufl., Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Friedrichs, Jürgen (1990): Methoden empirischer Sozialforschung, 14. Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Becker/Langosch: Produktivität und Menschlichkeit. Organisationsentwicklung und ihre Anwendung in der Praxis. Stuttgart 2002.
- R. Beckhard: Organization Development. Strategies and Modells. New York 1996. o Michael Berger, Jutta Chalupsky, Frank Hartmann: . 7. Auflage. Verlag Dr. Götz Schmidt, Gießen 2013.
- G. Comelli: Training als Beitrag zur Organisationsentwicklung. München, Wien 1985.
- G. Fatzer: Organisationsentwicklung für die Zukunft. 3. Auflage, Bergisch Gladbach 2004.
- French/Bell: Organisationsentwicklung. Berlin/Stuttgart/Wien 1994.
- Harald Pühl: Supervision und Organisationsentwicklung. Opladen 2000.
- F. Gairing: Organisationsentwicklung als Lernprozess von Menschen und Systemen. Weinheim 2008.
- D. Gebert: Organisationsentwicklung. Stuttgart 1974.
- Gerald Lembke: Die Lernende Organisation als Grundlage einer e o Matthias von Saldern: Grundlagen systemischer Organisationsentwicklung. Hohengehren 2000.



- Edgar Schein: Prozessberatung für die Organisation der Zukunft. Köln 2000. o B. Schmid, A. Messmer: Systemische Personal-, Organisations- und Kulturentwicklung. Bergisch Gladbach 2005



## MWP07 Verhaltensökonomik

Modul Nr.	MWP07
Modulverantwortliche/r	Dr. Silvio Städter
Kursnummer und Kursname	MWP07 Verhaltensökonomik MWP07 Spieltheorie
Lehrende	Dr. Silvio Städter
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	7
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 150 Stunden Gesamt: 210 Stunden
Prüfungsarten	schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	7/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Verhaltensökonomik beschäftigt sich mit den Abweichungen in der Entscheidungsfindung von der Standardtheorie der Ökonomie. Falls Sie schon einmal eine Mitgliedschaft im Fitnessstudio abonniert haben, aber letztlich niemals hingegangen sind; falls Sie Versicherungen abschließen aber gleichzeitig auch Lotto spielen; falls Sie Blut spenden; oder falls Sie schon einmal einer Versuchung nachgegeben haben - alle diese Entscheidungen sind nicht mit der Standardtheorie der Ökonomie erklärbar. Verhaltensökonomik nutzt das Wissen aus der Psychologie, um alternative ökonomische Modelle der Entscheidungsfindung zu entwerfen.



Dieser Kurs hat drei Hauptziele: Zum Ersten sollen die Studierenden die grundlegenden standardökonomischen Theorien der Entscheidungsfindung nochmals vertiefend behandeln. Das zweite Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die vielen Abweichungen von dieser Standardtheorie in der Praxis aufzuzeigen und ihnen die entsprechenden verhaltensökonomischen Modelle näher zu bringen. Das dritte Ziel ist es, den Studierenden ein hinreichendes Wissen über Entscheidungsfindungen zu vermitteln, welches sie in die Lage versetzt, Irrationalitäten in eigenen Entscheidungen (oder den Entscheidungen anderer Personen) zu erkennen und in der Zukunft dadurch bessere Entscheidungen zu treffen.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Das Modul kann in thematisch verwandten Studiengängen bzw. -fächern verwendet werden.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Grundkenntnisse der Mikroökonomik werden empfohlen. Darüber hinaus sollten die Studierenden die englische Sprache beherrschen, da die Literatur im Bereich Verhaltensökonomik größtenteils in englischer Sprache gehalten ist.

## **Inhalt**

### Einführung

- Organisatorische Details
- Was ist Verhaltensökonomik?
- Über den Kurs

### Entscheidungen unter Sicherheit

- Rationale Entscheidungen unter Sicherheit
- Tatsächliche Entscheidungen unter Sicherheit

### Risiko und Unsicherheit

- Wahrscheinlichkeitstheorie
- Tatsächliche Einschätzungen von Wahrscheinlichkeiten

### Entscheidungen unter Risiko und Unsicherheit

- Rationale Entscheidungen unter Risiko und Unsicherheit - Die Erwartungsnutzentheorie
- Tatsächliche Entscheidungen unter Risiko und Unsicherheit

### Intertemporale Entscheidungen

- Exponentielles Diskontieren
- Tatsächliche Entscheidungen im intertemporalen Kontext

### Spieltheorie



- Grundlegende Konzepte der Spieltheorie
- Verhaltensökonomische Anomalitäten
- Verhaltensökonomische Spieltheorie

#### Soziale Präferenzen

- Fairness und Reziprozität
- Andere Formen der Sozialen Präferenzen

### **Lehr- und Lernmethoden**

Seminaristischer Unterricht mit Vorlesungs- und Übungsanteilen. Eigenständige Erarbeitung des Stoffes durch die Studierenden anhand von Problem Sets.

### **Besonderes**

Unterricht kann vor Ort oder online stattfinden. Dies wird rechtzeitig vor den Veranstaltungen vom Dozenten bekanntgegeben.

### **Empfohlene Literaturliste**

Angner, E. (2012). A Course in Behavioral Economics. Palgrave Macmillan.

Ariely, D. (2009). Predictably Irrational. HarperCollins.

Cartwright, E. (2011). Behavioral Economics. Routledge.

Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux.

Thaler, R. H. and Sunstein, C. R. (2012). Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness. Penguin Books Limited.



## MWP08 Konsum-, Markt- und Werbeforschung

Modul Nr.	MWP08
Modulverantwortliche/r	Dr. Melanie Hazod
Kursnummer und Kursname	MWP08 Marketing MWP08 Marktforschung
Lehrende	Dr. Melanie Hazod
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	PStA
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

#### Fachkompetenz:

Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe, Theorien und Konzepte der Konsum-, Markt- und Werbeforschung sowie deren Wirkungsweisen. Instrumente der qualitativen und quantitativen Marktforschung können sie nach Abschluss des Moduls anwenden. Die bedeutendsten und aktuellsten Studien zu dem Fachgebiet sind den Studierenden bekannt und sie können sie bewerten.

Die Studierenden entwickeln und implementieren Konzepte der Kaufverhaltensforschung, der Marktforschung, der Werbung und der Markenpolitik auf Grundlage umfangreicher wissenschaftlicher Theorien.



Sie haben ein Grundverständnis für rechtliche Fragestellungen der empirischen Sozialforschung entwickelt, die sich insbesondere aus rechtlichen Vorschriften zu Datenschutz und Wettbewerb ergeben. Auf dieser Basis bedenken und bewerten sie ethische und rechtliche Aspekte von Marktforschungs-Entscheidungen und -Akteuren.

### **Sozialkompetenz:**

Im Rahmen eines konkreten Marktforschungsprojektes werden die Studierenden mit Team- und Gruppenarbeit vertraut gemacht. Sie erarbeiten Lösungsansätze für Forschungsaufgaben im Team und präsentieren diese im Plenum. Damit wird der Umgang mit Entscheidungssituationen bzw. komplexen Problemen vermittelt.

Die Studierenden können fachbezogene Positionen formulieren und Verantwortung in interdisziplinären Teams übernehmen.

### **Methodenkompetenz:**

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, die theoretischen Konzepte auf praktische Fragestellungen zu transferieren und deren Bedeutung für die Praxis zu erkennen. Die Studierenden werden im kritisch-analytischen Denken geschult. Sie erwerben ausreichend grundlegende Methodenkenntnisse, um Chancen und Risiken der Marktforschungsthemen bewerten zu können. Sie beherrschen die grundlegenden Kenntnisse von SPSS. Sie sind in der Lage, Fragebögen unter Qualitätsaspekten zu analysieren. Vertiefende Einblicke erfolgen durch die eigenständige Konzeption eines Fragebogens. Entscheidungs- und Anwendungskompetenz werden erworben.

Durch den teilweisen Einbezug digitaler Formate bei Lernmethodik und Datenrecherche erlangen die Studierenden zusätzliche Digitalkompetenzen.

### **Persönliche Kompetenz:**

Die Studierenden werden befähigt, ihr angeeignetes Wissen auch praktisch umsetzen. Dafür ist ein Forschungsprojekt, in dem sie sowohl ein forschungs- als auch ein marktpsychologisches Projekt absolvieren, vorgesehen.

Die Studierenden sind zudem zum Selbststudium mit Zeitschriftenartikeln sowie Videos befähigt bzw. motiviert.

Das studien- und wissenschaftsorientierte Zeitmanagement erfährt eine weitere Vertiefung durch den angewandten Marktforschungsprozess, der rechtzeitig abgeschlossen wird.

## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Verwendbarkeit des Moduls für diesen Studiengang:

Die Kompetenzen aus dem Bereich Konsum-, Markt- und Werbeforschung finden in den Modulen MWP09-1 Qualitative Methoden und MWP10-1 Differentielle- & Persönlichkeitspsychologie Verwendung.

Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge:



Das Modul ist in den Studiengängen MBA General Management, MBA Business Development, MBA Unternehmensnachfolge sowie im MA Public Management anerkannt.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Grundlagen Marketing; Kenntnisse in statistischen und mathematischen Anwendungen

## **Inhalt**

1. Grundlagen zu Konsum-, Markt-, und Meinungsforschung
  - 1.1 Einordnung in das System der Wissenschaften
  - 1.2 Aktuelle (Markt-)Trends zur Marktforschung
  - 1.3 Verhaltens-Kodex und Vertrauens-Faktoren
2. Definitive Eingrenzungen & Theorien
  - 2.1 Erkenntnisobjekte der Marktforschung
  - 2.2 Deskriptive, kausal-analytische und prognostische Forschung
  - 2.3 Bedeutung des Marktumfeldes und von Markttrends
  - 2.4 E-Marktforschung
  - 2.5 Eigen- und Fremdmarktforschung
  - 2.6 Forschungsergebnisse entwickeln
3. Marktforschungsprozess
  - 3.1 Definition
  - 3.2 Design
  - 3.3 Daten-Gewinnung
  - 3.4 Daten-Auswertung
  - 3.5 Daten-Kontrolle
4. (Empirische) Methoden der Datengewinnung
  - 4.1 Sekundärforschung
    - 4.1.1 Interne Sekundärforschung
    - 4.1.2 Externe Sekundärforschung
  - 4.2 Primärforschung
    - 4.2.1 Instrumente der Primärforschung
    - 4.2.2 Befragung
    - 4.2.3 Polaritätsprofil
  - 4.3 Milieumodelle
5. Datenaufbereitung für Analysen



- 5.1 Datenvorbereitung für statistische und mathematische Analysen
- 5.2 Methoden der Datenanalyse
- 5.3 Datenaufbereitung (insb. Diagramme, Grafiken)
- 5.4 Datenmanipulation
- 5.5 Sample Selection
- 6. Einführung in SPSS
  - 6.1 Das Programm im Überblick
  - 6.2 Häufigkeitsauszählungen
  - 6.3 Datenselektion
  - 6.4 Datenmodifikation
  - 6.5 Ausgewählte Statistische Kennwerte
  - 6.6 Kreuztabellen
  - 6.7 Analyse von Mehrfachantworten
  - 6.8 Ausgewählte statistische Verfahren der Inferenzstatistik  
(u. a. Korrelation, Regression)
  - 6.9 Standardgrafiken

## **Lehr- und Lernmethoden**

- Grundlagenvermittlung und Theorie als Vorlesung (Präsenz und virtuell)
- Seminaristischer Unterricht zum Beantworten von Fragen, Fallstudien und Aufgaben.
- Verwendung und Erlernen der Software IBM SPSS via Campuslizenz zur Erfassung und Auswertung quantitativer Daten
- Verwendung und Erlernen der Software VERBI MAXQDA zur Erfassung und Auswertung qualitativer Daten
- Auswertung von qualitativen und quantitativen Daten in Kleingruppen am konkreten Beispiel; hierzu umfangreiche Übungen, eigenständiges Erstellen einer Umfrage und eines Abschlussberichtes
- Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung des Unterrichtsstoffes mittels Skripte, Papers, Zeitschriftenartikel und Videos (zur Verfügungstellung dieser Skripte, Zeitschriftenartikel und Videos durch die Lehrenden)
- Als Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen wird in jedem Kurs zu Semesterbeginn ein Skript sowie weitere Materialien in der Ilearn-Umgebung bereitgestellt



## Besonderes

Das Modul Konsum-, Markt- und Werbeforschung vermittelt Transferwissen, das universell (d. h. studiengangübergreifend) einsetzbar ist.

Falls von den Studierenden gewünscht können 1-2 Gast- /Impulsvorträge (Dauer: 15-30 Minuten) von Fach- und Führungskräften aus dem Bereich Markt-/Sozialforschung in die Lehrveranstaltung eingebaut werden.

Die Übungen und Projekte zur Umfrageerstellung und -auswertung sind aktuelle, reale Projekte aus der Praxis.

Universelle Marktforschungskompetenz gewährleistet.

## Empfohlene Literaturliste

- McQuarrie, Edward F. (2016): The market research toolbox: a concise guide for beginners, Sage, Los Angeles, ISBN: 9781452291581.
- Charan, Ashok. (2015): Marketing analytics: a practitioner's guide to marketing analytics and research methods, World Scientific, Singapore, ISBN: 9789814641364.
- Sarstedt, Marko. (2014): A concise guide to market research: the process, data, and methods using IBM SPSS statistics, Springer, Berlin, ISBN: 9783642539657.
- Poynter, Ray. (2014): The handbook of mobile market research: tools and techniques for market researchers, ISBN: 9781118935620.
- ESOMAR (2007): Market research best practice: 30 visions for the future; a compilation of discussion papers, case studies and methodologies from ESOMAR, Wiley, Chichester, ISBN: 9780470065273.
- Wrenn, Bruce. (2002): Marketing research, Best Business Books, New York, ISBN: 0585484678.
- Ericsson, K. Anders, Hrsg. (2006): The Cambridge handbook of expertise and expert performance, Cambridge Univ. Press., Cambridge, ISBN-13 978-0-521-84097-2.
- Harrison, Matthew/Cupman, Julia/Truman, Oliver/Hague, Paul N. (2016): Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market Insight, Kogan Page, ISBN-10: 0749475854.
- Beall, Anne E. (2010): Strategic Market Research: A Guide to Conducting Research that Drives Businesses, Second Edition, iUniverse, ISBN-10: 1936236168.
- Sarstedt, Marko/Mooi, Erik (2014): A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics, Springer, ISBN-10: 3642539645.



- Bradburn, Norman M./Sudman, Seymour/Wansink, Briann (2004): Asking Questions: The Definitive Guide to Questionnaire Design - For Market Research, Political Polls, and Social and Health Questionnaires, Research Methods for the Social Sciences, ISBN-10: 0787970883.
- Hague, Paul/Jackson, Peter (1999): Market Research: A Guide to Planning, Methodology and Evaluation, Kogan Page Ltd, ISBN-10: 0749429178.
- Bartkowiak, Judy (2012): Market Research In A Week: Market Research In Seven Simple Steps, Teach Yourself: Business, ISBN-10: 144415964X.
- Poynter, Ray (2010): The Handbook of Online and Social Media Research: Tools and Techniques for Market Researchers, John Wiley & Sons, ISBN-10: 0470710403.
- McGivern Yvonne (2013): Practice of Market Research: An Introduction, Pearson Education Limited, ISBN-10: 0273773119.
- Brace, Ian (2013): Questionnaire Design: How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective Market Research (Market Research in Practice), Kogan Page, ISBN-10: 0749467797.
- Fowler, Floyd J. (2013): Survey Research Methods (Applied Social Research Methods), SAGE Publications.
- Tools4dev (2014): How to pretest and pilot a survey questionnaire, <http://www.tools4dev.org/wp-content/uploads/how-to-pretest-and-pilot-a-survey-questionnaire.pdf>, last download: 15.03.2017.
- Weiss, Robert S. (1995): Learning From Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies, Free Press, ISBN-10: 0684823128.
- Eriksson, Paivi/Kovalainen, Anne (2015): Qualitative Methods in Business Research (Introducing Qualitative Methods series), Sage Publications Ltd, ISBN-10: 1446273393.
- Atkinson, Robert G. (1998): The Life Story Interview, Qualitative Research Methods, ISBN-10: 076190428X.
- Holstein, James/Gubrium, Jaber F. (1995): The Active Interview, Qualitative Research Methods, ISBN-10: 0803958951.
- Belk, Russell/Fischer, Eileen/Kozinets, Robert/Kozinets, Robert V. (2012): Qualitative Consumer and Marketing Research, Sage Publications Ltd, ISBN-10: 0857027670.
- King, Nigel/Horrocks, Christina (2010): Interviews in Qualitative Research, Sage Publications Ltd, ISBN-10: 1412912571.
- Silverman, David (2010): Doing Qualitative Research, Sage Publications Ltd, ISBN-10: 1446260151.
- Brinkmann, Svend/Kvale, Steinar (2014): InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing, Sage Publications, Inc, ISBN-10: 1452275726.
- Herms, Dan (1984): Logical Basis of Hypothesis Testing in Scientific Research, A logic primer to accompany Giere 1984, chapter 6, Ohio



State University, <http://www.dartmouth.edu/~bio125/logic.Giere.pdf>, last download: 15.03.2017.

- Lipton, Peter (2004): Inference to the Best Explanation, International Library of Philo, ISBN-10: 0415242029.



## MWP09 FWP-Fach 1

Modul Nr.	MWP09
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Irmgard Tischner
Kursnummer und Kursname	MWP09-1 Qualitative Methoden MWP09-2 Psychologie der Digitalen Transformation
Lehrende	Melanie Hasenbein Prof. Dr. Cordula Krinner Prof. Dr. Irmgard Tischner
Semester	3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	5
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 90 Stunden Gesamt: 150 Stunden
Prüfungsarten	PStA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Siehe unten

### Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

#### Qualitative Methoden

#### Verwendbarkeit in diesem Studiengang



Die erlangte Forschungskompetenz wird vor allem in einer empirischen Abschlussarbeit Verwendbarkeit finden.

### **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

Die erlangte Forschungskompetenz wird vor allem in einer empirischen Abschlussarbeit Verwendbarkeit finden.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

# **MWP09-1 Qualitative Methoden**

## **Ziele**

### **Fachkompetenzen, Methodenkompetenzen, Personale Kompetenzen:**

Die Studierenden bearbeiten zunehmend komplexere Aufgabenstellungen der qualitativen Forschung, bewerten selbständig die Qualität von Studienergebnissen und integrieren die Ergebnisse in der Erstellung eines Kurz-Exposés, das wissenschaftlichen Standards entspricht. Die Studierenden werden hierzu verschiedene qualitative Ansätze verstehen und evaluieren lernen, und in der Lage sein ein qualitatives Forschungsprojekt zu entwickeln und durchzuführen, inklusive einfacher analytischer Ansätze.

### **Fachkompetenz:**

Die Studierenden werfen Forschungsfragen auf, die sich mit Hilfe qualitativer Sozialforschung beantworten lassen. Sie sind in der Lage die für eine bestimmte Forschungsfrage angemessenen methodischen Schritte der qualitativen Forschung auszuwählen und durchzuführen. Sie lernen eine breite Vielzahl von qualitativen Forschungsansätzen zu verstehen, und von quantitativen Ansätzen zu unterscheiden. Sie verstehen den Zweck und die Limitationen von verschiedenen qualitativen Methoden und Methodologien.

### **Methodenkompetenz:**

Studierende sind in der Lage verschiedene Methoden der qualitativen Datenerhebung und Datenanalyse zu verstehen, und diese entsprechend für bestimmte Forschungsdesigns bestimmen und anwenden zu können. Darauf aufbauend können sie selbstständig eine Forschungsfrage für die eigene Studie entwickeln, und qualitative Daten mittels diverser Methoden erheben. Sie sind in der Lage Grundkenntnisse und -Fähigkeiten der qualitativen Datenanalyse anzuwenden, die praktischen sowie forschungsethischen Problematiken einer Studie zu verstehen und in der Praxis zu berücksichtigen und anzuwenden. Studierende sind in der Lage qualitative Forschungsliteratur lesen und evaluieren zu können, sowie selbst einen qualitativen Forschungsbericht zu planen und zu schreiben.

### **Personale Kompetenzen:**



Die Studierenden reflektieren den Nutzen und die Grenzen qualitativer Methoden zur Beantwortung wissenschaftlicher Fragen. Studierende reflektieren die Problematiken der Objektivität und (eigenen) Subjektivität in der Sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Forschung.

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

## **Inhalt**

- 1 Einführung in die Thematik der qualitativen Forschung, was diese von der quantitativen Forschung unterscheidet, und ihre Anwendungsbereiche
- 2 Forschungsdesign - inklusive der verschiedenen epistemologischen und ontologischen Perspektiven, und die entsprechende Wahl von Forschungsthemen und -fragen.
- 3 Methoden der qualitativen Datenerhebung
  - 3.1 Online und schriftlich
  - 3.2 Interviews und Fokusgruppen
- 4 Methoden der qualitativen Datenanalyse
  - 4.1 Vorbereitung der Daten
  - 4.2 Kodierung der Daten
  - 4.3 Analyse von Daten mittels Thematic Analysis/Inhaltsanalyse
- 5 Einführung in weiterführende Methoden (z.B. Grounded Theory, IPA, Diskursanalyse)
- 6 Forschungsethik
- 7 Evaluierung qualitativer Forschung
- 8 Planung und schreiben eines Forschungsberichts

## **Prüfungsarten**

PStA, schr. P. 90 Min.

## **Methoden**

Seminaristischer Unterricht/Übung

## **Empfohlene Literaturliste**

- Braun, V. & Clarke, V. (2013) Successful Qualitative Research - a practical guide for beginners . London: SAGE



- Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin: Springer.
- Flick, U. (2014) Qualitative Sozialforschung: eine Einführung. Reinbek: Rowohlt
- Howitt, D. (2010). Introduction to qualitative methods in psychology. Harlow: Prentice Hall .

## MWP09-2 Psychologie der Digitalen Transformation

### Ziele

**Fachkompetenz:** Erwerb von Wissen zu Theorie, Forschungsstand und Anwendungsfeldern der digitalen Transformation aus (wirtschafts-)psychologischer Perspektive

**Sozialkompetenz:** Zu den Themenbereichen und Anwendungsfeldern der digitalen Transformation mit Studienkollegen und Studienkolleginnen sowie mit Fachexperten und Fachexpertinnen diskutieren und gemeinsam an Praxisfällen arbeiten können.

**Methodenkompetenz:** Erwerb von Methodenkompetenz zu Tools und Interventionen im Kontext der digitalen Transformation aus (wirtschafts-)psychologischer Perspektive.

**Persönliche Kompetenz:** Die eigene Kompetenz im Bereich der digitalen Transformation einschätzen und kritisch reflektieren können.

### Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Basiswissen Wirtschaftspsychologie

### Inhalt

- Psychologische Aspekte der Digitalisierung, Künstlichen Intelligenz und Robotik - Bewusstsein, Emotionen & Co.
- Der Mensch in der digitalen Arbeitswelt - Arbeit 4.0 & psychologisches Empowerment
- Digitaler Wandel in Organisationen - vom Change Management zum Change Enablement
- Digitalisierung im Human Resources Bereich - Roboter, KI & Co. im Personalbereich
- Smart und Future Learning in der digitalen Arbeitswelt - Roboter, KI & Co. in der (betrieblichen) Weiterbildung
- Digitale Führung & algorithmenbasiertes Management



- Digitale & hybride Teamarbeit - Mensch-KI- und Mensch-Roboter-Interaktion
- Digitaler Stress & digitale Balance - individuelle und organisationale Resilienz in Zeiten der Digitalisierung
- Digitale Ethik und Corporate Digital Responsibility - von der digitalen Ethik über die Maschinenethik bis zur Roboterethik

## Prüfungsarten

PStA, schr. P. 90 Min.

## Methoden

Lehrgespräch und Gruppen-/Fallarbeiten

## Empfohlene Literaturliste

Albers, M. (2017). Digitale Erschöpfung. Wie wir die Kontrolle über unser Leben wiedergewinnen. München: Carl Hanser.

Bernardy, V., Müller, R., Röltgen, A. T. & C. H. Antoni (2020). Führung hybrider Formen virtueller Teams - Herausforderungen und Implikationen auf Team- und Individualebene. In S. Mütze-Niewöhner, W. Hacker, T. Hardwig, S. Kauffeld, E. Latniak, M. Nicklich & U. Pietrzyk (Hrsg.), Projekt- und Teamarbeit in der digitalisierten Arbeitswelt. Herausforderungen, Strategien und Empfehlungen (S. 115-138).

Borchardt, A. (2018). Mensch 4.0. Frei bleiben in einer digitalen Welt. München: Random House.

Bruckner, L., Werther, S., Hämmerle, M., Pokorni, B. & Berthold, M. (2018). Einleitung. In S. Werther & L. Bruckner (Hrsg.), Arbeit 4.0 aktiv gestalten. Die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung (S. 1-21). Berlin: Springer.

Capgemini Consulting. (2017). Culture First! Von den Vorreitern des digitalen Wandels lernen. Change Management Studie 2017. Offenbach. Verfügbar unter [https://www.capgemini.com/consulting-de/wp-content/uploads/sites/32/2017/10/final-capgemini\\_changemanagementstudie2017.pdf](https://www.capgemini.com/consulting-de/wp-content/uploads/sites/32/2017/10/final-capgemini_changemanagementstudie2017.pdf) [01.03.2021].

Dörr, S. (2021). KI verlangt Corporate Digital Responsibility (CDR). Den moralischen Kompass für Beschäftigte an KI-gestützten Arbeitsplätzen ausrichten. In I. Knappertsbusch & K. Gondlach (Hrsg.), Arbeitswelt und KI 2030 (S. 41-50). Wiesbaden: Springer Nature.

Dörr, S. (2020). Praxisleitfaden Corporate Digital Responsibility. Unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeitsmanagement im Digitalzeitalter. Berlin: Springer Gabler.



- Gerdenitsch, C. & Korunka, C. (2019). Digitale Transformation der Arbeitswelt. Psychologische Erkenntnisse zur Gestaltung von aktuellen und zukünftigen Arbeitswelten. Berlin: Springer.
- Gimpel, H., Lanzl, J., Manner-Romberg, T. & Nüske, N. (2018). Digitaler Stress in Deutschland. Eine Befragung von Erwerbstätigen zu Belastung und Beanspruchung durch Arbeit mit Technologien. Düsseldorf: Hans-Böckler- Stiftung. Verfügbar unter [https://www.boeckler.de/pdf/p\\_fofoe\\_WP\\_101\\_2018.pdf](https://www.boeckler.de/pdf/p_fofoe_WP_101_2018.pdf) [01.03.2021].
- Hasenbein, M. (2020). Der Mensch im Fokus der digitalen Arbeitswelt - Wirtschaftspsychologische Perspektiven und Anwendungsfelder. Berlin: Springer.
- Nida-Rümelin, J., & Weidenfeld, N. (2018). Digitaler Humanismus. Eine Ethik für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz. München: Piper.
- Petry, T. (2016). Digital Leadership - Unternehmens- und Personalführung in der Digital Economy. In T. Petry (Hrsg.), Digital Leadership. Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy (S. 21-82). Freiburg: Haufe.
- PräDiTec. (2019). Gesund digital arbeiten?! - Eine Studie zu digitalem Stress in Deutschland. Augsburg: Universität Augsburg und Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT.
- Schermuly, C. C. (2016). New Work - Gute Arbeit gestalten. Psychologisches Empowerment von Mitarbeitern. Haufe: Freiburg.



## MWP10 FWP-Fach 2

Modul Nr.	MWP10
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Gründl
Kursnummer und Kursname	MWP1001 Differentielle- & Persönlichkeitspsychologie MWP1002 Psychologie & Nachhaltigkeit
Lehrende	Georg Barfuß Prof. Dr. Martin Gründl
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	PStA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Siehe unten

### Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

#### Differentielle- & Persönlichkeitspsychologie



Das Modul kann in thematisch verwandten Studiengängen bzw. -fächern verwendet werden.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

-

## MWP1001 Differentielle- & Persönlichkeitspsychologie

### Ziele

#### **Fachkompetenz:**

Die Studierenden haben Fachbegriffe, den Gegenstand des Grundlagenfachs, Theoriekenntnisse und Anwendungsmöglichkeiten erarbeitet.

#### **Methodenkompetenz:**

Die Studierenden kennen verschiedene methodische Zugänge des Grundlagenfachs und können diese kritisch einordnen, bewerten und ihren Geltungsbereich einschätzen; Sie sind in der Lage standardisierte psychometrische Messinstrumente zu bewerten und praktisch einzusetzen.

#### **Persönliche Kompetenz:**

Die Studierenden haben sich in der Auseinandersetzung mit dem Grundlagenfach Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie und dessen Bedeutung für die Wirtschaftspsychologie in interdisziplinärer Praxis und Kommunikation geübt. Reflexionsfähigkeit, Kreativität, Überprüfung von ethischen Werthaltungen wurden im Prozess der Auseinandersetzung mit eigenen Persönlichkeitskonzepten geschärft.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Methodenlehre

### Inhalt

Zentrale Bereiche der Wirtschaftspsychologie wie etwa die Markt- und Konsumentenforschung sowie Personalauswahl und Personalentwicklung stützen sich auf Ergebnisse der Grundlagendisziplin Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie.

Persönlichkeitspsychologie beschäftigt sich mit den zeitlich stabilen interindividuellen Unterschieden im Erleben und Verhalten von Menschen. Wie und weshalb unterscheiden sich Menschen in ihren Persönlichkeitseigenschaften, und in welchen Merkmalen zeigen sie ihre individuellen Besonderheiten? Was ist überhaupt Persönlichkeit und welche



Relevanz besitzen Persönlichkeitsmerkmale für die genannten Anwendungsgebiete der Wirtschaftspsychologie?

Zur Klärung dieser zentralen Fragestellungen werden grundlegende Fachbegriffe, theoretische Positionen und methodische Herangehensweisen mit folgendem Ziel vermittelt: Die Studierenden erarbeiten sich ein fundiertes Verständnis von Persönlichkeit und Persönlichkeitsunterschieden. Auf der Wissensgrundlage aufbauend kann dann eine Transformation der Inhalte in Anwendungsgebiete erfolgen.

Grundlagen:

- Begriffe (Persönlichkeit, State, Trait, geschlechtstypisch, geschlechtsspezifisch, Normalverteilung von Merkmalsausprägungen, dimensionale vs. typologische Modelle)
- Klassische Persönlichkeitstheoretische Ansätze (Psychoanalyse, Lerntheorie, Humanistische Psychologie, faktorenanalytische Modelle)
- Entstehung und Veränderung von Persönlichkeit (Anlage-Umwelt-Debatte, Zwillingsstudien, Determinanten der Veränderung über die Lebensspanne)
- Geschlechtsunterschiede

Methodik:

- Überblick über grundlegende diagnostische Verfahren, insbesondere Fragebögen, nichtsprachliche, objektive Tests, Verhaltensbeobachtung und Interviews
- Grundlagen der Testdiagnostik (Gütekriterien, Normierung, Faktorenanalyse)
- Interpretation persönlichkeitspsychologischer Messungen

Konstrukte:

- Intelligenz
- Konzentrationsfähigkeit
- Interessen & Motive
- Leistungsmotivation
- Big Five
- Soziale Kompetenzen
- Berufsbezogene Persönlichkeitsmodelle
- Dunkle Triade

Anwendungsgebiete:

- Berufsberatung
- Personalauswahl, Potentialanalyse
- Personalentwicklung
- Konsumentenverhalten

## Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.



## Methoden

Vorlesung, Gruppenarbeit, Testanalyse, Selbststudium

## Empfohlene Literaturliste

- Amelang, M. & Bartussek, D. (2001). *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung* (5. Auflage). Stuttgart: Kohlhammer.
- Bischof-Köhler, D. (2011). *Von Natur aus anders. Die Psychologie der Geschlechtsunterschiede*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Friedman, H. S. & Schustack, M. W. (Hrsg.). (2004). *Persönlichkeitspsychologie und Differentielle Psychologie*. München: Pearson Studium.
- Funder, D. C. (2001). *The personality puzzle* (2nd edition). New York: Norton & Company.
- Funke, J. & Vaterrodt-Plünnecke, B. (2004). *Was ist Intelligenz?* (2. Auflage). München: Beck.
- Neyer, F. & Asendorpf, J. B. (2018). *Psychologie der Persönlichkeit*. Berlin: Springer.
- Pervin, L. A., Cervone, D. & John, O. P. (2005). *Persönlichkeitstheorien*. Stuttgart: UTB.
- Rost, D. H. (2009). *Intelligenz. Fakten und Mythen*. Weinheim: Beltz.
- Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). *Psychologische Diagnostik*. Berlin: Springer

## MWP1002 Psychologie & Nachhaltigkeit

### Ziele

**Fachkompetenz:** Grundlegende Konzepte und Methoden der Nachhaltigkeit kennen

**Sozialkompetenz:** Diskussionsfähigkeit zum Thema Nachhaltigkeit

**Persönliche Kompetenz:** Intellektuelle Auseinandersetzung mit Themen der Nachhaltigkeit

Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Teilnehmer in der Lage,

- Die Notwendigkeit des nachhaltigen Handelns zu erkennen und die verschiedenen stakeholder zu benennen sowie deren Perspektiven einzunehmen
- Die Sustainable Development Goals der VN zu kennen und sie als Grundlage für nachhaltiges Handeln zu verstehen
- Das Konzept der Corporate Social Responsibility (CSR) respektive des Sustainability Management zu kennen und anzuwenden
- die grundlegenden sozialen und psychologischen Theorien in Bezug auf die Nachhaltigkeit zu benennen und zu unterscheiden



- die ökologischen Herausforderungen von Unternehmen zu erkennen und Möglichkeiten zur Verbesserung zu benennen
- interkulturelle Herausforderungen zu erkennen und ein Grundgerüst an Verhaltensweisen anzuwenden
- Die Notwendigkeit des Klimaschutzes zu verstehen und die dafür notwendigen Berechnungen eines CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks grundlegend zu verstehen und anzuwenden
- Ethik in das Thema CSR/Sustainability Management zu integrieren
- Aktuelles Tagesgeschehen aus den Medien in den Kontext der Nachhaltigkeit zu integrieren

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

Interesse am Thema Nachhaltigkeit: Nachhaltige Entwicklung und Corporate Social Responsibility (CSR)

## **Inhalt**

- Die Notwendigkeit für nachhaltiges Handeln: Planetare Grenzen
- Der Lösungsweg für nachhaltiges Handeln: die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen
- Nachhaltigkeit für Unternehmen: Sustainability Management respektive Corporate Social Responsibility (CSR)
- Grundlagen des "Carbon Accounting": Definition, Berechnung und Arbeiten mit dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck
- Übersicht der Umsetzung von Nachhaltigkeit in verschiedenen Branchen
- Schwerpunkt der Umsetzung: die Gesundheitsbranche

## **Prüfungsarten**

PrA Projektarbeit schriftlich/mündlich/praktisch

## **Methoden**

Seminaristischer Unterricht

## **Empfohlene Literaturliste**

Vorschläge zur Literatur (Bücher, Artikel, etc.) werden aktuell in den Vorlesungen gemacht



## MWP11 FWP-Fach 3

Modul Nr.	MWP11
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Armin Eichinger
Kursnummer und Kursname	MWP1101 Beratung, Coaching & Supervision MWP1102 Instructional Design & Pädagogische Psychologie
Lehrende	Prof. Dr. Falk Pössnecker Dr. Veronika Sweet
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	FWP, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	PStA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

siehe unten



## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

### MWP1101 Beratung, Coaching & Supervision

#### Inhalt

- Erfahrungsbasierte Vermittlung der systemischen Haltung, Ressourcen-Orientierung und kurzfristigen Lösungsansätzen
- Einführung in den Konstruktivismus als Haltung in systemischem Coaching und systemischer Supervision (H. v. Foerster)
- Einsatzgebiete des systemischen Coachings sowie der systemischen Supervision an der Schnittstelle von Organisation, Beruf und Person (S. Radatz)
- Die Bereitschaft und Freude am eigenen Ausprobieren, Reflektieren und Lernen sind Bestandteil des Kurses
- Wir bespielen mit dem Kurs das Kontinuum von Meta-Ebene, Individuum und Organisation. Dadurch erleben die Teilnehmer unmittelbar Haltung und Methoden.

#### Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.

### MWP1102 Instructional Design & Pädagogische Psychologie

#### Inhalt

**Pädagogische Psychologie** ist ein Teilgebiet der Psychologie, das sich mit dem Lehren und Lernen befasst. Es untersucht, wie Menschen lernen, wie sie motiviert werden und wie sie entsprechend ihr Verhalten ändern. Pädagogische Psychologen arbeiten häufig in Schulen, Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen, um Lehrenden und Lernenden dabei zu helfen, ihr Lernen und ihre Leistungen zu verbessern. Sie können in der schulischen Bildung, der Erwachsenenbildung, der Unternehmensausbildung und in anderen Bereichen tätig sein.

Auf der Grundlage der Erkenntnisse der Pädagogischen Psychologie ist das **Instructional Design** der Prozess der Planung, Entwicklung und Implementierung von Lehr- und Lernmaterialien, -aktivitäten und -verfahren, um Lernende zu unterstützen. Dies beinhaltet die Analyse von Lernzielen, die Identifizierung von Lernbedürfnissen und die Auswahl von geeigneten Lehr- und Lernmethoden und -technologien.



## Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.



## MWP12 FWP-Fach 4

Modul Nr.	MWP12
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Kursnummer und Kursname	MWP1201 Gesundheitspsychologie MWP1202 Human Factors & Behavioral Design
Lehrende	Prof. Dr. Armin Eichinger Prof. Dr. Falk Pössnecker
Semester	4
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Kern- / Wahlpflichtfach, Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	4
ECTS	6
Workload	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium: 120 Stunden Gesamt: 180 Stunden
Prüfungsarten	PStA, schr. P. 90 Min.
Dauer der Modulprüfung	90 Min.
Gewichtung der Note	6/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Siehe unten

### Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen

**Gesundheitspsychologie**

-

**Human Factors & Behavioral Design**



Das Modul kann in thematisch verwandten Studiengängen bzw. -fächern verwendet werden.

## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

-

## MWP1201 Gesundheitspsychologie

### Ziele

Die Studierenden befassen sich mit den Dimensionen der Gesundheitspsychologie, und Gesundheit generell, sowie mit den sozialen und gesellschaftlichen Prozessen die auf diese einwirken. Unter Einbezug von orthodoxen und kritischen gesundheits- und sozialpsychologischen Perspektiven, Modellen und Theorien werden somit die Grundlagen erarbeitet, die es den Studierenden ermöglichen, betriebliche, kommunale oder gesellschaftliche Strategien und Interventionen zur Gesundheitsförderung zu evaluieren, kritisch zu analysieren bzw. (weiter) zu entwickeln.

#### Fachliche Kompetenzen

##### Die Studierenden

- Kennen und verstehen Theorien der orthodoxen sowie kritischen Gesundheits-psychologien, und können diese kritisch analysieren und anwenden
- Kennen und verstehen die komplexen Zusammenhänge zwischen Gesellschaft, Arbeitswelten und psychischer/physischer Gesundheit.
- Können sich mit den gesundheitlichen Aspekten des erweiterten (Arbeits-)Lebens kritisch auseinandersetzen und werden somit befähigt potentielle Entwicklungs- und Verbesserungspotentiale zu sehen und zu durchdenken.

#### Methodische Kompetenzen

##### Die Studierenden

- Können gesundheitswissenschaftliche Zusammenhänge kritisch analysieren
- Können gesundheits- und sozialwissenschaftliche Zusammenhänge und Perspektiven kritisch analysieren, evaluieren und anwenden

#### Persönliche Kompetenzen

- Kritisch-analytische Denk- und Argumentationsfähigkeit
- Die vermittelten Kompetenzen fördern die Bildung einer weltoffenen, professionellen, und wissenschaftlich orientierten Persönlichkeit



## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

keine

## Inhalt

Die Inhalte des Modules setzen sich aus den folgenden möglichen Thematiken zusammen:

- Konzept Gesundheit und Perspektiven der Gesundheitswissenschaften (z.B. Gesundheitskompetenz, Salutogenese; Biopsychosoziales Modell, etc.)
- Grundlagen der Gesundheitspsychologien
- Modelle der Verhaltensänderung; individuelles Gesundheitsmanagement, etc.
- Erfahrung und Umgang mit chronischen Krankheiten
- Stress, Resilienz und Mindfulness
- Zusammenhänge zwischen Gesellschaft und Gesundheit
- Identität, Arbeit und Gesundheit
- Public Health: Risiko, Verantwortung und Healthism
- Gesundheit und Arbeitsbedingungen (Arbeitszeit; Arbeitsumfeld; Kontrolle und Entscheidungsfreiheit)

## Prüfungsarten

schr. P. 90 Min.

## Methoden

Seminaristischer Unterricht, praktische Übungen, Erarbeitung von Inhalten in Gruppenarbeiten

## Empfohlene Literaturliste

Faltermaier, T. (2017) *Gesundheitspsychologie*. Stuttgart: Kohlhammer

Marks, D.F., Murray, M. & Estacio, E.V. (2018) *Health Psychology* (5E). London: Sage

Sarafino, E.P. & Smith, T.W. (2017) *Health Psychology - Biopsychosocial Interactions* (9E). Hoboken, NJ: Wiley

Grösstenteils wird mit peer-reviewed Artikeln aus der Fachliteratur gearbeitet, und die selbständige Literaturrecherche wird zudem vorausgesetzt.



## MWP1202 Human Factors & Behavioral Design

### Ziele

Die Ziele dieses Moduls sind vor allem im Bereich der praktischen Anwendung kognitiver Grundlagen in Bereichen des Behavioral Design. Dabei werden Kompetenzen erworben, die die Teilnehmer:innen in die Lage versetzen, Interventionen auf Ebene von Individuen, Organisationen/Firmen und Gesellschaften zu planen, zu erstellen und zu evaluieren.

**Usability Engineering (UE):** Systematische Durchführen von Untersuchungen der Gebrauchstauglichkeit interaktiver Benutzerschnittstellen.

Transfer des systematischen UE-Ansatzes in den Bereich des Behavioral Design.

Kenntnis grundlegender Mittel der **Einflussnahme**. Erkennen dieser Mechanismen in unterschiedlichen angewandt-psychologischen Bereichen (z. B. Werbung, Marketing). Evaluation der Wirksamkeit sowie kritische Bewertung der Interventionen.

Kenntnis der Mechanismen der Entwicklung von **Gewohnheiten**. Erkennen der Relevanz von Gewohnheiten zur Verhaltensänderung. Ansatzpunkte zur Gestaltung eigener oder fremder Gewohnheiten.

Realistische Evaluation von **Noise** als relevantes Konzept bei der Bewertung von Urteilsfehlern (in Abgrenzung zu und als Ergänzung von *Biases*).

Einschätzen der Bedeutung von **Nudging** für die Entwicklung der Disziplin des Behavioral Design, Behavioral Economics, ... Kenntnis grundlegender Methoden und Mechanismen des Nudging. Kritische Bewertung ethischer Aspekte.

Nach Absolvieren dieses Moduls haben die Studierenden folgende Kompetenzen erworben:

- Identifikation und Verständnis der vielfältigen situativen und kontextuellen Einflüsse auf Entscheidungen
- Kognitive Rahmenbedingungen und Beschränkungen menschlichen Entscheidungshandeln kennen und verstehen
- Anwendung von Human Factors-Erkenntnissen bei der Analyse, Gestaltung und Bewertung von Entscheidungsarchitekturen
- Erkennen und Bewerten ethisch-moralischer Aspekte angewandter Forschung zur Verhaltensbeeinflussung
- Erwerb von Sozialkompetenz durch Diskussion und Wissenstransfer
- Erwerb von Selbstkompetenz in Bereichen der konzentrierten Wissensaufnahme,
- kritischen Reflexion und dem Umgang mit Fachliteratur
- Selbststrukturierung neu erworbenen Wissens mit Perspektive der Anwendung im Kontext wirtschaftlicher Entscheidungssituationen



## Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen

Kognitive Grundlagen (AP 1 & AP 2), Methodenlehre

## Inhalt

### Human Factors

- Kognitive Grundlagen
- Usability Engineering

### Behavioral Design

- Einflussnahme
- Gewohnheiten
- Lens Model, Vorhersagen, Noise
- Nudging

## Prüfungsarten

Portfolio

## Methoden

Seminaristischer Unterricht kombiniert mit Vorlesungsanteilen und Übungen.

Durch Inverted-Classroom-Ansätze können große Anteile der inhaltlichen Grundlagen im Selbststudium gelegt werden. In den Präsenztermine werden Fragen geklärt, das Wissen vertieft und angewendet.

Soweit möglich Erarbeitung des Stoffes anhand von zahlreichen Praxisbeispielen

Asynchrone virtuelle Anteile etwa 50%.

## Empfohlene Literaturliste

Cialdini, R. B. (2021). Influence: The psychology of persuasion. HarperCollins.

DIN EN IS9241-11 (1998). Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit.

DIN EN IS9241-210 (2010). Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher interaktiver Systeme.

Geis, T., Tesch, G. (2019). Basiswissen Usability und User Experience: Aus- und Weiterbildung zum UXQB® Certified Professional for Usability and User Experience (CPUX) - Foundation Level (CPUX-F). dpunkt Verlag.

Kahneman, D. (2012). Schnelles denken, langsames denken. Siedler.

Kahneman, D., Sibony, O., & Sunstein, C. (2021). Noise. HarperCollins.



Norman, D. (2013). The design of everyday things: Revised and expanded edition. NY: Basic books.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2021a). Nudge - final edition. Penguin Books.

Wood, W. (2019). Good habits, bad habits: The science of making positive changes that stick. Pan Macmillan.



## MWP13 Masterarbeit & Verteidigung

Modul Nr.	MWP13
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Kursnummer und Kursname	WP1301 Masterarbeit WP1302 Verteidigung
Lehrende	Prof. Dr. Falk Pössnecker
Semester	5
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Moduls	jährlich
Art der Lehrveranstaltungen	Pflichtfach
Niveau	Postgraduate
SWS	0
ECTS	15
Workload	Präsenzzeit: 0 Stunden Selbststudium: 450 Stunden Gesamt: 450 Stunden
Prüfungsarten	mdl. P. 30 Min., Masterarbeit
Gewichtung der Note	15/90
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

### Qualifikationsziele des Moduls

Zur Erlangung des Mastergrades ist eine Masterarbeit anzufertigen. In ihr soll der Studierende seine Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse in einer selbständigen wissenschaftlichen Arbeit auf Projekte aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie anzuwenden.

Eine Problemstellung soll innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig strukturiert, nach wissenschaftlichen Methoden systematisch bearbeitet und schließlich transparent dokumentiert werden.



## **Verwendbarkeit in diesem und in anderen Studiengängen**

keine

## **Zugangs- bzw. empfohlene Voraussetzungen**

keine

## **Inhalt**

Bei den Themen der Masterarbeit handelt es sich um jeweils individuell vereinbarte Themengebiete zwischen dem Studierenden und dem betreuenden Dozierenden. Die Themenanmeldung erfolgt über ein Formblatt beim Weiterbildungszentrum.

## **Lehr- und Lernmethoden**

Anleitung zu eigenständiger Arbeit nach wissenschaftlichen Methoden mit individueller Betreuung des jeweiligen Betreuers.

## **Besonderes**

keine

## **Empfohlene Literaturliste**

Die Literatur ist abhängig vom individuell gewählten Thema.

Für den formellen Teil zur Erstellung einer Masterarbeit wird auf die Richtlinien des Weiterbildungszentrums zur Erstellung von Masterarbeiten verwiesen. Diese sind in der Online-Lern-Plattform iLearn zu finden.

Weitere Literaturempfehlungen sind jeweils mit dem betreuenden Dozierenden abzustimmen.

