



# **MODULHANDBUCH**

**Bachelor-Studiengang  
Wirtschaftspsychologie**

**Hochschule Wismar**

Wismar, den 04. November 2024



## Übersicht

<b>Grundlagen und Elemente der Betriebswirtschaftslehre</b> .....	4
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre .....	5
Marketing .....	6
Unternehmensführung.....	7
Controlling.....	8
Markt und Verhalten .....	10
Projekt- und Prozessmanagement .....	12
Unternehmenssimulation .....	14
Arbeitsrecht.....	16
New Work und agile Führung .....	18
Personalwirtschaft.....	20
<b>Grundlagen und Anwendung der Wirtschaftspsychologie</b> .....	22
Einführung in die Wirtschaftspsychologie .....	23
Allgemeine Psychologie I .....	25
Allgemeine Psychologie II .....	27
Differentielle Psychologie und Persönlichkeit .....	29
Sozialpsychologie .....	31
Diagnostik und Intervention .....	32
Arbeits- und Organisationspsychologie .....	34
Markt- und Konsumpsychologie .....	36
<b>Persönliche und Schlüsselqualifikationen</b> .....	37
Schlüsselkompetenzen und Persönlichkeit .....	38
Innovation und Nachhaltigkeit.....	39
Soziales Praktikum .....	40
<b>Methoden</b> .....	41
Wissenschaftliches Arbeiten.....	42
Mathematische Grundlagen für Wirtschaftspsychologie .....	44
Statistik.....	46
Angewandte Statistik der Wirtschaftspsychologie.....	47
Methodenpraktikum .....	49
Untersuchungsplanung und Lehrforschungsprojekt.....	50
<b>Schwerpunkt Markt, Werbung und Konsum</b> .....	51
Werbe- und Medienpsychologie .....	52
User Experience.....	54
Aktuelle Themen der Werbe, Medien- und Konsumpsychologie .....	56
<b>Schwerpunkt Arbeit und Organisation</b> .....	57
Aktuelle Themen, Trends und Innovationen der Arbeitswelt.....	58
Personalinformationssysteme .....	59
Leadership und Coaching .....	61
<b>Wahlpflichtblock</b> .....	62



Wahlpflichtmodul I .....	63
Wahlpflichtmodul II .....	64
<b>Unternehmenspraktikum und Abschlussarbeit</b> .....	<b>65</b>
Unternehmenspraktikum .....	66
Bachelor-Thesis und Kolloquium .....	68



## **Grundlagen und Elemente der Betriebswirtschaftslehre**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
Modulbezeichnung englisch	Introduction to Business Administration
Modulbezeichnung kurz	EBWL
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Müller
Dozent(in)	Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Müller
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>- Konstitutive Unternehmensentscheidungen (Standortwahl, Rechtsformen, Unternehmensverbindungen)</li> <li>- Unternehmensführung</li> <li>- Betriebliche Leistungserstellung (Absatzplanung, Produktionsplanung, Beschaffungsplanung)</li> <li>- Rechnungs- und Finanzwesen</li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind mit den grundlegenden Begriffen und Modellen der BWL vertraut und können diese einordnen. Sie kennen die betriebswirtschaftlichen Grundfunktionen (Beschaffung, Produktion, Absatz) wie auch die klassischen Querfunktionen mit Unternehmensführung, Rechnungswesen und Finanzierung. Sie entwickeln hieraus ein Verständnis für deren wechselseitige Abhängigkeit in Unternehmen und können anhand konkreter Unternehmensbeispiele einen Bezug zur betrieblichen Praxis herstellen. Damit sind die Studierenden in der Lage, zu vorgegebenen Unternehmenssituationen konkrete Management-entscheidungen zu entwickeln und fundiert zu begründen.
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA BW und BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	<p>Vahs D., Schäfer-Kunz J., Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2015</p> <p>Schmalen H., Pechtl H., Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Stuttgart 2019</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Voss R., BWL kompakt: Grundwissen Betriebswirtschaftslehre, Rinteln 2014</li> </ul> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.</p>



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Marketing
Modulbezeichnung englisch	Marketing
Modulbezeichnung kurz	Mark
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Olaf Streuer
Dozent(in)	Prof. Dr. rer. pol. Olaf Streuer
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsumentenverhalten</li> <li>- Grundlagen strategischer Produkt-, Kommunikations-, Konditionen- und Distributionspolitik</li> <li>- Marketingentscheidungen</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen des Marketings, insbesondere den Marketing-Mix. Sie erkennen die Bedeutung der entscheidenden Teilkomplexe des Fachgebietes. Die Studierenden sind befähigt, die Instrumente des Marketings in einfachen Fallbeispielen mit Erfolg anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken in Marketing-spezifischen Zusammenhängen an und können wissenschaftlich fundierte Marketing-Mix-Konzepte entwickeln und diese argumentativ vertreten.</p>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA BW und BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	unbegrenzt
Literaturangaben	<p>Meffert, H.; Burman, Ch.; Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 11. Erw. Auflage, Wiesbaden 2012</p> <p>Trommsdorff, V.; Teichert, T: Konsumentenverhalten, 7. Auflage, Stuttgart 2011</p> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.</p>



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Unternehmensführung
Modulbezeichnung englisch	Management
Modulbezeichnung kurz	UF
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung und Grundbegriffe</li> <li>- Planung und Kontrolle</li> <li>- Personalmanagement und Führung</li> <li>- Organisation: u.a. Grundformen und Gestaltungsparameter</li> <li>- Normative Unternehmensführung</li> <li>- Strategische Unternehmensführung: u.a. der Strategieprozess, ausgewählte Instrumente (z.B. SWOT, BSC)</li> <li>- Operative Unternehmensführung: u.a. Aktionsplanung und Budgetierung, Planungsprozess</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Ziel ist die Vermittlung des grundlegenden Wissens über die Führung von und im Unternehmen und Organisationen. Die Vermittlung der Zusammenhänge und eines grundsätzlichen Verständnisses steht dabei im Vordergrund. Es werden die Ebenen der Unternehmensführung (normativ, strategisch, operativ) ebenso behandelt wie für die Praxis relevante Methoden und Prozesse. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken in den ganzheitlichen Zusammenhängen der Unternehmensführung an und können wissenschaftlich fundierte Planungs- und Steuerungskonzepte entwickeln und diese argumentativ vertreten. Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Analysen und Schlussfolgerungen für Managemententscheidungen durchzuführen, logisch zu begründen und überzeugend zu vertreten.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung (einschließlich Online-Module) und seminaristischer Unterricht, Exkursion (optional), Gastvorträge von Praktikern (optional)
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsvorleistung	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K120
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen (einschl. Online-Unterricht) und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	VL: 75, Ü: 15
Literaturangaben	Wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Controlling
Modulbezeichnung englisch	Controlling
Modulbezeichnung kurz	Controlling
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Heuer
Dozent(in)	Prof. Dr. Kai Heuer
Modulinhalte	<p>Grundlagen des Controllings</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einordnung der Funktion „Controlling“ in die Betriebswirtschaftslehre und die Unternehmenspraxis</li> <li>- Grundlagen des operativen Controllings</li> <li>- Grundlagen des strategischen Controllings</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>In diesem Modul werden die Studierenden mit den wesentlichen Grundlagen des betrieblichen Controllings vertraut gemacht. Aufbauend auf den Modulen „Buchführung und Bilanzierung“ und „Kosten- und Leistungsrechnung“ erlernen die Studierenden, mit typischen betrieblichen Controllingproblemen strukturiert und methodensicher sowie ergebnisorientiert umzugehen. Dies gilt insbesondere für typische betriebliche Planungs- und Kontrollprobleme, die im Rahmen von Übungen und Fallstudien diskutiert werden.</p> <p>Aufgrund ihres Kenntnisstandes werden die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss des Moduls überdies in der Lage sein, strategische Entscheidungen im Unternehmen als interne Berater der Unternehmensleitung („strategische Controller“) analytisch und wissenschaftlich fundiert und zugleich konstruktiv-kritisch zu begleiten. Die hohe Bedeutung faktenbasierter Entscheidungen in Unternehmen wird den Studierenden verdeutlicht.</p> <p>Schließlich wird ihnen im Zuge des Einblicks in sämtliche relevante Bereiche des Controllings die Möglichkeit gegeben, fundiert eine Entscheidung über einen möglichen Studienschwerpunkt „Controlling“ ab dem 4. Fachsemester zu treffen.</p> <p>Die Kompetenzvermittlung lässt sich wie folgt gewichten:          Fachkompetenz 40 %          Soziale Kompetenz 15 % Methodenkompetenz 25 %          Systemkompetenz 20 %</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA BW und BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K120





ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"><li>- Brühl, R.: Controlling: Grundlagen des Erfolgscontrollings, München: Oldenbourg Verlag, 2009</li><li>- Deimel, K., Wiltinger, K., Heupel, T.: Controlling, München: Vahlen Verlag, 2012</li><li>- Weber, J., Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Pöschel Verlag, 2011</li></ul> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.</p>



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Markt und Verhalten
Modulbezeichnung englisch	Markets and behaviour
Modulbezeichnung kurz	MaVe
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Michael Schleicher
Dozent(in)	Prof. Dr. Michael Schleicher
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Grundproblem der Knappheit</li> <li>• Märkte als Allokationsverfahren</li> <li>• Grundlagen der ökonomischen Modellbildung</li> <li>• Das unternehmerische Güterangebot</li> <li>• Haushaltstheorie und Konsumententscheidungen / der „homo oeconomicus“</li> <li>• Alternative Ansätze und Probleme der Erklärung des Marktverhaltens unter begrenzter Rationalität und unvollständiger Information <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Heuristiken / Bias</li> <li>○ Prospect Theory</li> <li>○ Zeitpräferenzen und -(in)konsistenz</li> </ul> </li> <li>- Strategische Interaktionen / Grundlagen der Spieltheorie</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind mit grundlegenden Modellen zur Darstellung und Analyse einzelwirtschaftlicher Marktinteraktionen vertraut. Zugleich kennen Sie die Möglichkeiten, Grenzen und Bedeutung der Modellbildung für die ökonomische Analyse sowie alternative (verhaltensökonomische) Erklärungsansätze für das ökonomische Verhalten und Marktergebnisse. Sie sind dadurch in der Lage, die klassischen und alternative Ansätze kritisch zu reflektieren und einzuordnen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen erlangten Erkenntnisse und entwickelten Positionen schriftlich wie mündlich überzeugend zu vertreten und dabei schlüssig und logisch stringent zu argumentieren.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht (SU) und Übungen (Ü)
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie; das Modul ist auch in anderen wirtschaftlichen Bachelor-Studiengängen verwendbar
Dauer	1 Semester mit 16 Semesterwochen à 4 SWS (2 SWS SU + 2 SWS Ü)
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Prüfungsvorleistung	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung K120
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung



Platzbeschränkung	Keine Begrenzung
Literaturangaben	Mankiw, N.G., M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, aktuelle Auflage (ausgewählte Kapitel) Beck, Hanno: Behavioral Economics, Springer Gabler, Wiesbaden, 2014 Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken, Siedler Verlag, München, 2012 (oder englische Originalausgabe)  Weitere Literatur wird im Semesterverlauf kontextbezogen bereitgestellt



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Projekt- und Prozessmanagement
Modulbezeichnung englisch	Project and Process Management
Modulbezeichnung kurz	PPM
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Frank Maaser
Dozent(in)	Prof. Dr. rer. pol. Frank Maaser
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung und Grundbegriffe               <ul style="list-style-type: none"> <li>- System der Unternehmensführung</li> <li>- Gesamtsicht: Projekt- und Prozessmanagement</li> </ul> </li> <li>- Prozessmanagement               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kennzeichen und Merkmale von Prozessen</li> <li>- Geschäftsprozesse – Grundlagen und Management</li> <li>- Prozessziele und Zielgrößen</li> <li>- Prozessgestaltung und -optimierung</li> </ul> </li> <li>- Projektmanagement               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ziele, Zweck und Bausteine; Anwendungsgebiete</li> <li>- Erfolgsfaktoren für das Projektmanagement</li> <li>- Projektmanagementprozess (klassisch, agil, hybrid)</li> <li>- Projektplanung, u.a. Objektstruktur, Projektstruktur, Netzplan, Balkenplan</li> <li>- Organisation und Führung in Projekten</li> <li>- Projektsteuerung und Projektcontrolling</li> </ul> </li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind mit den allgemein anerkannten und praktisch anwendbaren Grundlagen des aktuellen Projekt- und Prozessmanagements vertraut. Sie sind befähigt, Projekte und Prozesse nach Merkmalen zu differenzieren und zu bewerten. Dies bildet die Grundlage für die operative Handlungsfähigkeit wie auch die Ableitung grundlegender Schlussfolgerungen für die Unternehmensführung.</p> <p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, abzuleitende Schlussfolgerungen und Vorschläge für Managemententscheidungen logisch zu begründen und überzeugend zu vertreten. Sie haben die Fähigkeit, auf der Grundlage dieses Moduls selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten. Ferner sind sie sich bewusst, dass Projekt- und Prozessmanagement eine Vielzahl an Schnittstellen zum Managementsystem der Unternehmung/ Organisation hat.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung (einschließlich Online-Module) und seminaristischer Unterricht, Exkursion (optional), 2 Gastvorträge von Praktikern (optional)
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA BW und BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Pflicht bestandene Modulprüfungen: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung, Vorkenntnisse in Controlling werden empfohlen
Prüfungsvorleistung	Keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K120 oder APL



ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen (einschl. Online-Unterricht) und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	VL: 75, Ü: 15
Literaturangaben	- Unternehmensführung - Managementwissen kompakt, Weigand, A., Krause, S., Erasmusverlag, Lübeck (in der jeweils aktuellen Auflage)



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Unternehmenssimulation
Modulbezeichnung englisch	Business Simulation (doing business)
Modulbezeichnung kurz	UDH
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Neumann
Dozent(in)	Prof. Dr. Kai Neumann
Modulinhalte	<p>Offenes Konkurrenzplanspiel auf Basis einer General Management Simulation. Die Studierenden führen im Team ein Unternehmen, treffen ganzheitliche Unternehmensentscheidungen und stehen im Wettbewerb zu anderen Teams. Dies umfasst die Entscheidungsfelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing</li> <li>- Produktion</li> <li>- Human Resources</li> <li>- Logistik/Einkauf</li> <li>- Finanzierung</li> </ul> <p>- und beinhaltet strategische und operative Planung und Analyse von Zielerreichungsgraden.</p>
Qualifikationsziele	<p>Fachkompetenz (Kenntnisse): Die Studierenden lernen die grundlegenden Elemente der o.g. Entscheidungsfelder kennen und kommen in diesen zu zielgerichteten Entscheidungen. Die Studierenden kennen den Aufbau und die Einsatzmöglichkeiten betriebsinterner Rechnungslegungsinstrumente (z.B. Deckungsbeitragsrechnung) und des externen Berichtswesens (Bilanz, GuV, Kapitalflussrechnung). Die Studierenden erkennen die Interdependenzen der Entscheidungsfelder bei der operativen und strategischen Planung.</p> <p>Methodenkompetenz (Fertigkeiten): Die Studierenden interpretieren die Instrumente der internen und externen Rechnungslegung und setzen diese zielgerichtet zur Unternehmensanalyse ein. Sie setzen eine integrierte Unternehmensplanung ein und sind in der Lage auf Basis eines vorgegebenen Zielsystems eine strategische Planung zu entwickeln.</p> <p>Fachübergreifende Kompetenzen (Schlüsselqualifikationen): Die Studierenden trainieren Teamfähigkeit durch das Treffen von Entscheidungen unter Zeit- und internen wie externen Konkurrenzdruck, kommunizieren ihre Zielsetzungen und die Wirkungsmechanismen ihrer Entscheidungen mit Hilfe von Präsentationen. Die gesamtheitliche Unternehmensführung fördert das vernetzte Denken und die Fähigkeit auf Engpasssituationen zu reagieren.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	PS: Vorlesung, Seminar, Übung, Selbststudium
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA BW und BA WP



Dauer	1 Semester mit 16 Semesterwochen, 4 SU
Angebotsturnus	Jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen einer alternativen Prüfungsleistung, diese wird aus der Simulation selbst heraus semesterbegleitend generiert
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 40 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 110 Stunden auf begleitendes Selbststudium zur Durchführung der Simulation (Entscheidungsfindung), Prüfungsvorbereitung
Platzbeschränkung	keine Begrenzung
Literaturangaben	Ausgereichte Dokumentation zum Simulationsmodell



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Arbeitsrecht
Modulbezeichnung englisch	Labour Law
Modulbezeichnung kurz	Arbeitsrecht
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Bücken
Dozent(in)	Prof. Dr. Andreas Bücken
Modulinhalte	Begriff des Arbeitsrechts; Überblick über das Arbeitsrecht; Arbeitnehmerbegriff und seine praktische Bedeutung in der Personalarbeit; Anbahnung des Arbeitsverhältnisses und Zustandekommen des Vertrages; Inhalt des Arbeitsverhältnisses; Pflichten des Arbeitnehmers, Pflichten des Arbeitgebers, Leistungsstörungen im Arbeitsverhältnis und Haftung des Arbeitnehmers; Beendigung des Arbeitsverhältnisses; Möglichkeiten der Beendigung, ordentliche Kündigung und Kündigungsschutz, außerordentliche Kündigung, Aufhebungsverträge, Befristung des Arbeitsverhältnisses; Rechte und Pflichten bei Betriebsübergang gem. § 613a BGB; Grundlagen der Betriebsverfassung, Grundlagen des Tarifrechts, Internationales Arbeitsrecht / Auslandseinsatz von Mitarbeitern.
Qualifikationsziele	Die Studierenden gewinnen einen Überblick über die Regelungen des Arbeitsrechts. Sie erwerben die Fähigkeit arbeitsrechtliche Vorschriften auf einfache Fälle anzuwenden. Sie erkennen die Bedeutung arbeitsrechtlicher Vorschriften für die Gestaltung betrieblicher Prozesse wie z.B. die Personalauswahl und -einstellung oder Personalfreisetzung und erwerben die Fähigkeit, Prozesse den arbeitsrechtlichen Vorschriften entsprechend zu gestalten.  Die Kompetenzvermittlung lässt sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz 50 % Soziale Kompetenz: 20 % Methodenkompetenz 20 % Systemkompetenz 10 %
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung, seminaristischer Unterricht, Übung
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul BA WP Die Lehrveranstaltung vermittelt einen Überblick über das Arbeitsrecht und Anwendungskompetenzen. Das Modul ist daher in allen Studiengängen verwendbar, in denen der rechtliche Rahmen der Arbeitswelt von Bedeutung ist.
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K120 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	max. 40





Literaturangaben

Alle gängigen arbeitsrechtlichen Lehrbücher, Z.B.

- Lorinser, Barbara: Arbeitsrechtliche Praxis, 2009.
- Dütz / Thüsing: Arbeitsrecht, 17. Aufl., 2012.
- Senne, Petra: Arbeitsrecht, 8. Aufl., 2011.

Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	New Work und agile Führung
Modulbezeichnung englisch	New Work and Mobile IT
Modulbezeichnung kurz	NWAF
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Walter
Dozent(in)	Prof. Dr. Jens Walter
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffsentwicklung (gesellschaftliche, politische und soziale Umbrüche, Arbeitswelt der Zukunft)</li> <li>• New Work als interdisziplinärer Ansatz</li> <li>• Megatrends (Globalisierung, Digitalisierung und Konnektivität, Individualisierung und Werte, Demografischer Wandel und Diversity)</li> <li>• Organisation von New Work (Starre Organisationsformen, agile Organisationsformen, Auswirkungen agiler Organisationsformen)</li> <li>• Führung und Zusammenarbeit in New Work (Empowerment, Leadership, neue Formen der agilen Zusammenarbeit, neue Rahmenwerke, Methoden und Tools der Zusammenarbeit)</li> <li>• Kompetenzentwicklung (Kompetenzen, Einstellungen und Mindset, Lernen)</li> <li>• Rahmenbedingungen und Kritik (kritische Einordnung von New Work in Bezug auf Gesellschaft und Recht)</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Das Modul vermittelt eine Einführung in die komplexe und aktuelle Thematik der neuen Arbeitswelt und -struktur. Ausgehend von einer Begriffsbestimmung und Abgrenzung des Themas werden gesellschaftliche Megatrends als wesentliche Einflussfaktoren auf Personalmanagement und Organisation diskutiert. Darauf aufbauend wird der Dipol starrer und agiler Organisationsstrukturen und den daraus folgenden Auswirkungen für Führung, Personalmanagement und Mitarbeiter diskutiert. Zusammenarbeit und Führung im Zuge der Einführung von New-Work-Strukturen und -Methoden sowie die dazu notwendigen Kompetenzen werden thematisiert. Im Rahmen der Kompetenzentwicklung wird behandelt, wie Lernen, Einstellungen und Kompetenzen zusammenspielen müssen um Unternehmen agiler zu machen. Abschließend wird das New-Work-Konzept mit Vor- und Nachteilen für alle Beteiligten - Arbeitgeber, Arbeitnehmer und Stakeholder - vor rechtlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen kritisch reflektiert. Nach Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu benennen und zu verstehen. Die entstehenden Herausforderungen auf das Personalmanagement und die Führungskultur in Unternehmen zu übertragen. Die Konzepte agiler und fluider Organisationen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen nachzuvollziehen. Lösungsansätze für komplexere Umwelteinflüsse für Führung und</p>



	Personalmanagement zu benennen.
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und Seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS
Angebotsturnus	Jedes Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K120
ECTS-Leistungspunkte	5 ECTS
Arbeitsaufwand	64 h für Präsenzveranstaltungen, 116 h für wöchentliches Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	Keine Beschränkung
Literaturangaben	Werden jeweils zu Semesterbeginn bekannt gegeben



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Personalwirtschaft
Modulbezeichnung englisch	Human Resources Management
Modulbezeichnung kurz	Perso
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Andreas von Schubert
Dozent(in)	Prof. Dr. rer. pol. Andreas von Schubert
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Personalwirtschaft</li> <li>- Entwicklungsgeschichte der Arbeit und der Menschenbilder in der Personalwirtschaftslehre</li> <li>- Das Spannungsfeld zwischen ökonomischer und sozialer Effizienz</li> <li>- Personalplanung und personalwirtschaftliche Aufgaben</li> <li>- Bewertung von Arbeitsleistung</li> <li>- Personalentlohnung, Wertschöpfungsverteilung und Gerechtigkeit</li> <li>- Einführung in die Themengebiete der Motivation und Personalführung</li> <li>- Die Rolle des HR-Bereichs als interner Dienstleister</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende personalwirtschaftliche Aufgaben in einem Unternehmen. Sie erhalten einen Einblick in die wesentlichen personalwirtschaftlichen Spannungsfelder im Unternehmen und werden in die Lage versetzt, das unternehmerische Geschehen aus Sicht des Personalbereichs zu bewerten und zu gestalten.</p> <p>Sie sind in der Lage, operative und strategische Fragestellungen der Personalpolitik eines Unternehmens zu erkennen und die verschiedenen personalwirtschaftlichen Aufgaben unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen der Handelnden eigenständig zu bearbeiten und zu lösen.</p> <p>Die Kompetenzvermittlung lässt sich wie folgt gewichten:          Fachkompetenz 25 %          Soziale Kompetenz 25 % Methodenkompetenz 30 %          Systemkompetenz 20 %</p>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA BW und BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K120
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung



Literaturangaben

- Jung, Hans: "Personalwirtschaft"
- Bartscher, Thomas: "Personalwirtschaft"
- Bröckermann: Rainer: "Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management"

Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.



## **Grundlagen und Anwendung der Wirtschaftspsychologie**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Einführung in die Wirtschaftspsychologie
Modulbezeichnung englisch	Introduction to Business Psychology
Modulbezeichnung kurz	EWiPsy
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	Das Modul bietet einen umfassenden Überblick über die grundlegenden Konzepte, Theorien und Anwendungsfelder der Wirtschaftspsychologie. Es behandelt die psychologischen Grundlagen des menschlichen Verhaltens in wirtschaftlichen Kontexten, einschließlich der Prozesse der Entscheidungsfindung, Motivation und Führung. Die Studierenden lernen die zentralen Themen der Arbeits-, Organisations-, Markt- und Konsumpsychologie kennen und deren Bedeutung für die Praxis. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Anwendung psychologischer Erkenntnisse zur Lösung wirtschaftlicher Fragestellungen und zur Verbesserung organisationaler Abläufe. Durch Fallstudien und Praxisprojekte erwerben die Studierenden praktische Fähigkeiten zur Analyse und Gestaltung von Arbeits- und Organisationsprozessen.
Qualifikationsziele	Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden die grundlegenden Konzepte und Theorien der Wirtschaftspsychologie kennen und verstehen. Sie sollen in der Lage sein, die psychologischen Mechanismen, die das Verhalten von Individuen und Gruppen in wirtschaftlichen Kontexten beeinflussen, zu analysieren und zu erklären. Die Studierenden sollen die Prinzipien der Entscheidungsfindung, Motivation und Führung in Organisationen anwenden können, um die Effizienz und Zufriedenheit am Arbeitsplatz zu verbessern. Darüber hinaus sollen sie die psychologischen Grundlagen des Konsumentenverhaltens und der Marktforschung kennen und diese Kenntnisse zur Entwicklung effektiver Marketingstrategien nutzen können. Schließlich sollen die Studierenden in der Lage sein, wirtschaftspsychologische Erkenntnisse auf praktische Fragestellungen anzuwenden und durch Fallstudien und Praxisprojekte ihre Fähigkeiten in der Analyse und Gestaltung von Arbeits- und Organisationsprozessen zu vertiefen.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP, kann auch im Rahmen des Orientierungsstudiums und als WPM in anderen Studiengängen genutzt werden
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenz-



	veranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Wird zu Beginn der Vorlesungszeit bekannt gegeben





Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Allgemeine Psychologie I
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	Allg. I
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	<p>Das Modul "Allgemeine Psychologie I" beschäftigt sich mit den grundlegenden psychologischen Prozessen und Mechanismen, die menschliches Verhalten und Erleben bestimmen. Der Fokus liegt auf drei Themenbereichen:</p> <p>Biologische Grundlagen:            Neuronale und biologische Grundlagen des Verhaltens            Funktion und Aufbau des Nervensystems            Neurotransmitter und ihre Bedeutung für das Verhalten            Wechselwirkungen zwischen Gehirn und Verhalten</p> <p>Wahrnehmung:            Theorien und Modelle der Wahrnehmung            Prozesse der sensorischen Verarbeitung            Wahrnehmungsphänomene und -täuschungen</p> <p>Kognition:            Informationsverarbeitung und -speicherung            Denken, Lernen, Gedächtnis und Problemlösen            Urteilsbildung und Entscheidungsfindung</p>
Qualifikationsziele	<p>die physiologischen Grundlagen des menschlichen Verhaltens und Erlebens kennen und verstehen            die Prozesse der Wahrnehmung und ihre Bedeutung für das alltägliche Leben erklären können            die wichtigsten kognitiven Prozesse beschreiben und deren Einfluss auf das Verhalten analysieren können            Dieses Modul legt die Grundlage für das Verständnis der wirtschaftspsychologischen Vertiefung, insbesondere für Fragen der Arbeitspsychologie.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K90
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung



Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Rieger, M. und Müsseler, J. (2024). Allgemeine Psychologie. Springer



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Allgemeine Psychologie II
Modulbezeichnung englisch	General Psychology II
Modulbezeichnung kurz	Allg. II
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	<p>Emotion:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition und Theorien der Emotion</li> <li>- Physiologische und psychologische Aspekte von Emotionen</li> <li>- Emotionale Regulation und deren Bedeutung für das Verhalten</li> <li>- Kulturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Emotionswahrnehmung und -ausdruck</li> </ul> <p>Motivation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende Konzepte und Theorien der Motivation (z.B. Bedürfnishierarchie, Selbstbestimmungstheorie)</li> <li>- Intrinsische und extrinsische Motivation</li> <li>- Motivationsprozesse und -dynamiken</li> <li>- Einfluss von Motivation auf Lernen, Leistung und Verhalten</li> </ul> <p>Handlungsplanung:</p> <p>Theorien der Handlungsregulation und -planung  Zielsetzung und Zielverfolgung  Entscheidungsprozesse und Problemlösestrategien  Zeitmanagement und Prioritätensetzung</p>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>- die grundlegenden Theorien und Modelle zu Emotion, Motivation und Handlungsplanung verstehen und erläutern können</li> <li>- die physiologischen und psychologischen Aspekte von Emotionen beschreiben und deren Einfluss auf das Verhalten analysieren können</li> <li>- Unterschiedliche Motivationsarten erkennen und deren Auswirkungen auf das menschliche Handeln differenzieren können</li> <li>- Prozesse der Handlungsplanung und -regulation erklären und praktische Methoden der Zielsetzung und Zielverfolgung anwenden können.</li> <li>- Die Wechselwirkungen zwischen Emotion, Motivation und Handlungsplanung verstehen und in verschiedenen Kontexten (z.B. Arbeitswelt, Alltag) reflektieren können.</li> </ul>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K90
ECTS-Leistungspunkte	5



Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Rieger, M. und Müsseler, J. (2024). Allgemeine Psychologie. Springer



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Differentielle Psychologie und Persönlichkeit
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	DiffPsy
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	<p>Das Modul beschäftigt sich mit den individuellen Unterschieden im Erleben und Verhalten von Menschen sowie den zugrundeliegenden Persönlichkeitseigenschaften und deren Relevanz für die Wirtschaftspsychologie. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Bereich der Intelligenzforschung.</p> <p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition und Ziele</li> <li>- Historische Entwicklung und zentrale Paradigmen</li> <li>- Methoden und Messverfahren der Differentiellen Psychologie</li> <li>- Klassische und moderne Persönlichkeitstheorien</li> </ul> <p>Messung, Erfassung und Beeinflussung der Persönlichkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Psychometrische Verfahren zur Persönlichkeitsdiagnostik</li> <li>- Fragebögen, Interviews und Beobachtungsverfahren</li> <li>- Gütekriterien psychologischer Tests</li> <li>- Genetische und umweltbedingte Einflüsse</li> <li>- Sozialisationsprozesse</li> <li>- Stabilität und Veränderung der Persönlichkeit über die Lebensspanne</li> </ul> <p>Intelligenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition und Theorien</li> <li>- IQ-Tests und ihre Anwendung</li> <li>- Einfluss von Intelligenz auf Verhalten und Leistung</li> <li>- Einflüsse auf die Intelligenzentwicklung</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>- die grundlegenden Konzepte und Theorien der Differentiellen Psychologie und Persönlichkeitsforschung kennen und verstehen.</li> <li>- Verschiedene Persönlichkeitstheorien beschreiben und deren Anwendung in Forschung und Praxis beurteilen können.</li> <li>- Methoden und Verfahren zur Messung und Erfassung von Persönlichkeits- und Intelligenzmerkmalen anwenden und deren Ergebnisse interpretieren können.</li> <li>- Die Bedeutung genetischer und umweltbedingter Faktoren für die Persönlichkeits- und Intelligenzentwicklung einschätzen und kritisch reflektieren können.</li> <li>- Die Stabilität und Veränderung der Persönlichkeit über die Lebensspanne analysieren und deren Implikationen für unterschiedliche Lebensbereiche ableiten können.</li> <li>- Die Anwendung der Differentiellen Psychologie in verschiedenen Bereichen der Wirtschaftspsychologie erkennen und bewerten können, insbesondere in der</li> </ul>



	Personalauswahl, der Personalentwicklung, der Arbeitszufriedenheit, der Teamarbeit und der Organisationsentwicklung.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K90 oder Wahlpflicht-Hausarbeit (in einem der Module PM2.4-2.6 muss eine Hausarbeit geschrieben werden)
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Asendorpf, J. (2024). <i>Persönlichkeitspsychologie für Bachelor</i> . Springer Myers, D. (2023). Kapitel 11: Intelligenz. In D. Myers & C. DeWall <i>Lehrbuch Psychologie</i> , Springer



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Sozialpsychologie
Modulbezeichnung englisch	Social Psychology
Modulbezeichnung kurz	SoPsy
Modulverantwortliche(r)	Ralph Kattenbach
Dozent(in)	Ralph Kattenbach
Modulinhalte	Das Modul "Sozialpsychologie" vermittelt die grundlegenden Theorien und Konzepte der Sozialpsychologie, mit einem Fokus auf das Verhalten und Erleben von Individuen in sozialen Kontexten. Es behandelt soziale Wahrnehmung, Interaktion, Einfluss und Macht sowie Anwendungen in der Wirtschaftspsychologie. Klassische sozialpsychologische Experimente wie das Milgram-Experiment, das Stanford-Prison-Experiment und die Experimente zur sozialen Konformität von Asch werden ebenfalls thematisiert.
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende sozialpsychologische Theorien und Konzepte verstehen.</li> <li>- Soziale Wahrnehmungs- und Kognitionsprozesse sowie deren Auswirkungen auf das Verhalten erklären können.</li> <li>- Mechanismen der sozialen Interaktion und Einflussnahme analysieren können.</li> <li>- Die Bedeutung klassischer sozialpsychologischer Experimente für die heutige Forschung erkennen.</li> <li>- Sozialpsychologische Erkenntnisse in beruflichen Kontexten anwenden können, insbesondere in den Bereichen Konfliktmanagement, Organisationsentwicklung und Marketing.</li> </ul>
Sprache	Deutsch, englischsprachige Literatur
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K90 oder Wahlpflicht-Hausarbeit (in einem der Module PM2.4-2.6 muss eine Hausarbeit geschrieben werden)
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Diagnostik und Intervention
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	Dul
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	<p>Das Modul "Diagnostik und Intervention" beschäftigt sich mit den theoretischen und praktischen Grundlagen der psychologischen Diagnostik und deren Anwendung in der Wirtschaftspsychologie sowie den verschiedenen Interventionsmöglichkeiten zur Optimierung individueller und organisatorischer Prozesse. Die Studierenden lernen, wie diagnostische Verfahren entwickelt, angewendet und interpretiert werden und wie darauf basierend gezielte Interventionen im Bereich der Personalauswahl, der Personal- und Organisationsentwicklung oder dem Betrieblichen Gesundheitsmanagement geplant und umgesetzt werden können.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der psychologischen Diagnostik:</li> <li>- Klassische Testtheorie und Gütekriterien psychologischer Tests</li> <li>- Ethische und rechtliche Aspekte der Diagnostik</li> <li>- Diagnostische Verfahren und ihre Anwendungsfelder in einem oder mehreren der folgenden Bereiche: Personalauswahl und -entwicklung, Potenzialanalyse und Talentmanagement, Diagnose von Arbeitszufriedenheit und Motivation, Teamdiagnostik und Organisationsklima</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die grundlegenden Konzepte und Theorien der psychologischen Diagnostik und Intervention kennen und verstehen.          Unterschiedliche diagnostische Verfahren und deren Anwendung in der Wirtschaftspsychologie beschreiben und kritisch beurteilen können.          Diagnostische Untersuchungen planen und die Ergebnisse interpretieren können.          Die Effektivität von Interventionen evaluieren und die Ergebnisse für die Optimierung zukünftiger Maßnahmen nutzen können.          Ethische und rechtliche Aspekte der Diagnostik und Intervention berücksichtigen und in ihrer beruflichen Praxis anwenden können.          Methoden und Techniken der Intervention (z.B. Coaching, Training, Beratung) gezielt einsetzen, um individuelle und organisatorische Prozesse zu optimieren.</p>
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine





Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K90 oder Wahlpflicht-Hausarbeit (in einem der Module PM2.4-2.6 muss eine Hausarbeit geschrieben werden)
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Arbeits- und Organisationspsychologie
Modulbezeichnung englisch	Work & Organizational Psychology
Modulbezeichnung kurz	A&O
Modulverantwortliche(r)	Ralph Kattenbach
Dozent(in)	Ralph Kattenbach
Modulinhalte	Das Modul "Arbeits- und Organisationspsychologie" befasst sich mit den psychologischen Aspekten der Arbeit und der Organisation. Es vermittelt die grundlegenden Theorien und Modelle zur Arbeitsmotivation und -zufriedenheit, zu Führung und Kommunikation sowie zu den Prozessen der Teamarbeit und Organisationsentwicklung. Ein besonderer Fokus liegt auf den Methoden zur Analyse und Gestaltung von Arbeitsplätzen, um die Arbeitsleistung und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu optimieren. Studierende lernen, wie Arbeitsbedingungen und Organisationsstrukturen untersucht und verbessert werden können, um Effizienz und Zufriedenheit zu steigern.
Qualifikationsziele	Nach Abschluss des Moduls sollen Studierende die grundlegenden Konzepte und Theorien der A&O-Psychologie verstehen und anwenden können. Sie sollen in der Lage sein, die Faktoren der Arbeitsmotivation und -zufriedenheit zu analysieren und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen zu entwickeln. Die Studierenden sollen die Prinzipien effektiver Führung und Kommunikation kennen und deren Bedeutung für die Teamarbeit und die Organisationsentwicklung erkennen. Darüber hinaus sollen sie Methoden zur Analyse und Gestaltung von Arbeitsplätzen beherrschen, um die Arbeitsleistung und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu fördern. Schließlich sollen die Studierenden in der Lage sein, die psychologischen Prozesse in Organisationen zu verstehen und in der Praxis anzuwenden, um die Effizienz und Zufriedenheit am Arbeitsplatz zu steigern.
Sprache	Deutsch, englischsprachige Literatur
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K90
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben





Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Markt- und Konsumpsychologie
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	MuK
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	Das Modul beschäftigt sich mit den psychologischen Mechanismen, die das Verhalten von Konsumenten und Märkten beeinflussen. Es vermittelt grundlegende Theorien und Modelle des Konsumentenverhaltens sowie deren Anwendung in der Marktforschung und Marketingpraxis. Ein zentraler Aspekt ist die Analyse der Faktoren, die Kaufentscheidungen beeinflussen, einschließlich Wahrnehmung, Motivation, Emotion und soziale Einflüsse. Die Studierenden lernen verschiedene Methoden der Marktforschung kennen, wie Befragungen, Beobachtungen und Experimente, und wie diese zur Entwicklung effektiver Marketingstrategien eingesetzt werden können. Darüber hinaus wird die Rolle von Werbung und Kommunikation im Konsumverhalten untersucht und die Auswirkungen von Markenbildung und -wahrnehmung auf Kaufentscheidungen analysiert.
Qualifikationsziele	grundlegende Konzepte und Theorien des Konsumentenverhaltens verstehen und deren Anwendung in der Praxis erklären können. psychologische Faktoren analysieren können, die Kaufentscheidungen beeinflussen, und geeignete Methoden der Marktforschung anwenden, um Einblicke in das Konsumverhalten zu gewinnen. In der Lage sein, die Bedeutung von Markenbildung und -wahrnehmung zu erkennen und Strategien zu entwickeln, um die Markenbindung zu stärken.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K90
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben



## **Persönliche und Schlüsselqualifikationen**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Schlüsselkompetenzen und Persönlichkeit
Modulbezeichnung englisch	Personal Resources
Modulbezeichnung kurz	SchluP
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. oec. Guido Hölker
Dozent(in)	Prof. Dr. rer. oec. Guido Hölker
Modulinhalte	<p>Entwicklung persönlicher Schlüsselkompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlichkeit und Persönlichkeitsentwicklung</li> <li>• Praxis des Selbstmanagements und der Kommunikation</li> <li>• Selbstreflexion</li> <li>• Ziele und Karriereplanung</li> <li>• Gesellschaftliche Relevanz und Verantwortung</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls haben Studierende (auch aufbauend auf den theoretischen Inhalten des Moduls „Differentielle Psychologie“) relevante Aspekte eigene Persönlichkeit reflektiert. Sie haben sich mit persönlichen Zielen und Planungen beschäftigt und diese in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen und Relevanz gestellt. Sie haben darüber hinaus persönliche Schlüsselkompetenzen weiterentwickelt, um diese Ziele im Studium und Berufsleben zu verfolgen.</p> <p>Um den persönlichen Aspekten methodisch Rechnung zu tragen, wird das Modul als Blockseminar durchgeführt.</p>
Sprache	Deutsch, bei Bedarf Englisch
Lehr- und Lernformen	(Block)Seminar, Selbststudium
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Studiengang BA Wirtschaftspsychologie
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Jedes Sommersemester, 4 SU
Teilnahmevoraussetzungen	
Prüfungsvorleistung	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Prüfungsleistung APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 40 Stunden auf Präsenzveranstaltungen, 30 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung und 45 Stunden auf die Erarbeitung der schriftlichen Prüfungsleistung
Platzbeschränkung	
Literaturangaben	Lehr- und Übungsunterlagen werden zur Verfügung gestellt.



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Innovation und Nachhaltigkeit
Modulbezeichnung englisch	Innovation & Sustainability
Modulbezeichnung kurz	IuN
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N.
Modulinhalte	Das Modul beschäftigt sich mit aktuellen Nachhaltigkeitsaspekten in Unternehmen und Gesellschaft. Es bietet Vertiefungen etwa in den Bereichen Corporate Social Responsibility, Ethik, Change Management und Personalentwicklung oder auch technologische Innovation.
Qualifikationsziele	Studierende lernen einen spezifischen Nachhaltigkeitsaspekt aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten. Sie verstehen den interdisziplinären Charakter von Nachhaltigkeitsfragen und lernen, welche Rolle die Wirtschaftspsychologie in diesem Zusammenhang spielen kann. Methodisch lernen sie, sich neue Themenbereiche selbständig über Recherchen und Interviews zu erarbeiten. Durch Interaktionen in Kleingruppen und mit Dritten entwickeln ihre soziale Kompetenz weiter.
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht, Literaturrecherche, Präsentationsübungen in Kleingruppen, optional Interviews, Case Studies, Exkursion, Lernlabor, o.a.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 96 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 54 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Erarbeitung der schriftlichen Studienleistungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben oder selbständig recherchiert



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Soziales Praktikum
Modulbezeichnung englisch	NGO/NPO Internship
Modulbezeichnung kurz	Praktikum
Modulverantwortliche(r)	Der Prüfungsausschuss bestimmt in Absprache mit dem Studierenden einen Professor als Betreuer.
Dozent(in)	Die Betreuung erfolgt individuell.
Modulinhalte	Das soziale Praktikum wird in einer frei wählbaren gemeinnützigen Einrichtung, Non-Profit-Organisation (NPO) oder NGO durchgeführt. Im Vordergrund steht die Entwicklung sozialer und methodischer Kompetenzen. Das Praktikum kann, muss aber nicht in einem fachlichen Kontext des Studienganges stehen. Es soll Lebenswelten erfahrbar machen und die Einnahme neuer Perspektiven fördern.
Qualifikationsziele	Das Praktikum bietet die Möglichkeit, soziale Kompetenzen zu entwickeln und die Persönlichkeitsentwicklung zu fördern: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soziale Verantwortung übernehmen</li> <li>• Interkulturelle Kompetenz entwickeln</li> <li>• Empathie und Einfühlungsvermögen stärken</li> <li>• Kommunikationsfähigkeiten zu verbessern</li> <li>• Selbstreflexion und Selbstbewusstsein stärken</li> <li>• Projektmanagementfähigkeiten zu erwerben</li> <li>• Netzwerkbildung und berufliche Orientierung</li> <li>• Nachhaltigkeit und ethisches Handeln</li> </ul> Dieses Praktikum bietet den Studierenden eine wertvolle Gelegenheit, ihre sozialen und persönlichen Fähigkeiten in einem realen Kontext zu erweitern und sich gleichzeitig aktiv für gemeinnützige Zwecke zu engagieren.
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Praktische Tätigkeit entsprechend den Ausbildungszielen
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	mind. 8 Wochen
Angebotsturnus	im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Die Studierenden finden selbständig eine Praktikumsstelle. Die Hochschule Wismar unterstützt sie dabei. Der einzelne Studierende schließt vor Beginn seiner Ausbildung mit der Praxisstelle einen Vertrag ab, dessen Einzelheiten in der Ordnung für das Praktische Studiensemester geregelt sind.
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktikumsarbeit im Umfang von mind. 2500 Wörtern über die persönliche Reflektion der gewonnen Kompetenzen und der gesellschaftlichen Relevanz der Tätigkeit
ECTS-Leistungspunkte	12,5
Arbeitsaufwand	mind. 8 Vollzeitarbeitswochen (auch in Teilzeit möglich) sowie 260 Stunden zur Erstellung der Praktikumsarbeit
Platzbeschränkung	Keine
Literaturangaben	Keine





## **Methoden**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Wissenschaftliches Arbeiten
Modulbezeichnung englisch	Academic Writing
Modulbezeichnung kurz	WissArb
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. oec. Guido Hölker
Dozent(in)	Johanna Oster, Prof. Dr. rer. oec. Guido Hölker
Modulinhalte	<p>Grundlagenvermittlung wissenschaftlichen Arbeitens            Grundlagen Wissenschaftstheorie            Grundsätze und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens            Literaturrecherche            Methodenauswahl und Begründung            Ausgewählte quantitative, qualitative und explorative Methoden            Verfassen wissenschaftlicher Texte            Präsentation von Arbeitsergebnissen</p>
Qualifikationsziele	<p>Nachdem Studierende das Modul besucht haben, beherrschen sie die Grundsätze des Aufbaus und der Vorgehensweise bei wissenschaftlichen Texten und bezüglich der Dokumentation und Nachvollziehbarkeit wissenschaftlicher Arbeiten (insbes. Zitierweise, Quellenangaben, Gliederungsstruktur).</p> <p>Den Studierenden ist die zwingende Notwendigkeit seriösen wissenschaftlichen Arbeitens bewusst. Sie kennen Grundlagen der Wissenschaftstheorie, der Einordnung von BWL als Sozialwissenschaft und die Relevanz und Folgen wissenschaftlicher Paradigmen, insbesondere von kritischem Rationalismus und Sozialkonstruktivismus. Sie kennen die grundsätzliche Qualitätskriterien wissenschaftlicher Arbeit und können ausgewählte empirische und nicht-empirische Methoden begründet auswählen, paradigmatisch reflektieren und teilweise anwenden.</p> <p>Sie können die gängigen Verfahren der Quellenrecherche nutzen und eigenständig Texte verfassen, die den üblichen akademischen Anforderungen entsprechen. Auch können sie ihre Arbeitsergebnisse situationsadäquat und unter Nutzung aktueller Medien und Techniken präsentieren.</p>
Sprache	Deutsch, bei Bedarf Englisch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung, Übung, Lernlabor, Selbststudium
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im Studiengang BA BWL und BA Wirtschaftspsychologie
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	Jedes Wintersemester, 4 SWS (2 V, 2 SU)
Teilnahmevoraussetzungen	Empfehlung: Grundkenntnisse der EBWL und Statistik
Prüfungsvorleistung	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Prüfungsleistung Hausarbeit
ECTS-Leistungspunkte	4



Arbeitsaufwand	120 Stunden, davon entfallen 45 Stunden auf Präsenzveranstaltungen, 30 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung und 45 Stunden auf die Erarbeitung der schriftlichen Prüfungsleistung
Platzbeschränkung	
Literaturangaben	Ebster & Stalzer: wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, UTB Saunders et al: Research methods for business students, Pearson Jeweils in der aktuellen Auflage



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Mathematische Grundlagen für Wirtschaftspsychologie
Modulbezeichnung englisch	Mathematical basics for business psychology
Modulbezeichnung kurz	Mathematical basics
Modulverantwortliche(r)	Prof. Petra Leitert
Dozent(in)	Prof. Petra Leitert
Modulinhalte	<p>Einführung in die Lineare Algebra / Lineare Optimierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lineare Algebra: Determinanten, Matrizen, lineare Gleichungssysteme, Matrizengleichungen, lineare Ungleichungssysteme</li> <li>- Lineare Optimierung: grafische Darstellung, Simplexmethode, duale Simplexmethode</li> </ul> <p>Analysis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengen, Funktionen, Ableitungen gewöhnlicher Funktionen, Elastizität, Newton-Verfahren</li> <li>- Fehlerrechnung, Elastizität, Extremwerte, Methode der kleinsten Quadrate</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die Absolventen dieses Moduls verfügen bei erfolgreichem Abschluss über das Wissen und Können, das ihnen erlaubt, Problemlösungen aus der beruflichen Tätigkeit und Argumente für Entscheidungsfindung in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. In diesem Modul werden Kompetenzen zur Anwendung der Methoden aus der linearen Algebra und der linearen Optimierung auf wichtige und bekannte Problemfälle des späteren Berufsfeldes vermittelt.</p> <p>In diesem Modul werden Kompetenzen zur Anwendung der Methoden aus der Analysis, mit dem Baustein Differenzieren, auf wichtige und bekannte Problemfälle des späteren Berufsfeldes vermittelt. Insbesondere werden Fertigkeiten zur Lösung von linearen Gleichungssystemen, von Matrizengleichungen z.B. aus der Verflechtungstheorie und lineare Optimierungsprobleme auf hohem Niveau sowie Fertigkeiten zur Fehlerrechnung, zur nichtlinearen Optimierung und Regressionsrechnung auf hohem Niveau erworben.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden der Linearen Algebra und der Analysis und können sie auf typische Probleme aus der Wirtschaft anwenden. An typischen Beispielen aus der Wirtschaft haben sie mögliche Anwendungen demonstriert bekommen und selbst nachvollzogen, so dass sie in der Lage sind, Bewertungen der Lösungen vorzunehmen.</p>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	<p>Pflichtmodul im BA WP</p> <p>Das Modul vermittelt die Grundlagen der Linearen Algebra und Optimierung innerhalb des Kompetenzbereichs „Quantitative Methoden“. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden.</p>
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester



Teilnahmevoraussetzungen	Es werden Mathematikkenntnisse auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung erwartet. Alle benötigten theoretischen Verfahren und Methoden werden in der Vorlesung mitgeteilt. Ein sicherer Umgang mit dem Taschenrechner oder PC ist förderlich.
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K 120 oder APL (Bekanntgabe in der ersten Veranstaltungswoche)
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	unbegrenzt
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vorlesungsskript Lineare Systeme</li><li>- Eichholz, Vilkner: Taschenbuch Wirtschaftsmathematik. Hanser Verlag</li><li>- Dörsam: Mathematik – anschaulich dargestellt – für Studierende der Wirtschaftswissenschaften. PD Verlag</li><li>- Algebra für Dummies. Wiley-Verlag</li><li>- Wirtschaftsmathematik für Dummies. Wiley-Verlag</li><li>- Auer, Seitz: Grundkurs Wirtschaftsmathematik. Springer Gabler Verlag</li><li>- Schwarze: Lineare Algebra, lineare Optimierung und Graphentheorie. Verlag neue Wirtschaftsbriefe</li><li>- Schwarze: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Verlag neue Wirtschaftsbriefe</li><li>- Sydsaeter, Hammond: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Pearson Studium Verlag</li><li>- Luderer u.a.: Mathematische Formeln für Wirtschaftswissenschaftler. Teubner Verlag</li></ul> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.</p>



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Statistik
Modulbezeichnung englisch	Statistics
Modulbezeichnung kurz	Statistik
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Müller
Dozent(in)	Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Müller
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Grundbegriffe der Statistik</li> <li>- Univariate Datenanalyse (Häufigkeitsverteilung, Lageparameter, Streuungsparameter)</li> <li>- Bivariate Zusammenhangsmaße (Häufigkeitsverteilung, Zusammenhangsmaße)</li> <li>- Prognoseverfahren (Regressions- und Zeitreihenanalyse)</li> <li>- Einführung in die induktive Datenanalyse</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen die klassischen Verfahren der deskriptiven Statistik. Sie sind mit der Erhebung und Darstellung statistischer Daten, Ermittlung von Kennzahlen wie Lage-Streuungsparametern, Korrelations- und Regressionsanalysen vertraut.</p> <p>Damit besitzen sie die Fähigkeit, in Abhängigkeit von der gegebenen Datenbasis geeignete statistische Verfahren auszuwählen und zielgerichtet einzusetzen. Sie erkennen die Bedeutung der Statistik als wichtiges Instrument zur Vorbereitung von Entscheidungen in Unternehmen und sind in der Lage, überschaubare Datensätze eigenständig zu bearbeiten und zu analysieren.</p>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA BW und BA WPDas Modul legt Grundlagen der Statistik im Kompetenzbereich „Quantitative Methoden“. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden.
Dauer	1 Semester – 2 SWS V, 2 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Abschluss des Moduls Mathematische Grundlagen für Wirtschaftspsychologie empfehlenswert.
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K 120 oder APL (Bekanntgabe in der ersten Veranstaltungswoche)
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wewel M.C., Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, Halbergmoos 2019</li> <li>- Cleff T., Statistik und explorative Datenanalyse, Wiesbaden 2015</li> <li>- Zwerenz K., Statistik - Einführung in die computergestützte Datenanalyse, Berlin u.a. 2015</li> </ul> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.</p>



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Angewandte Statistik der Wirtschaftspsychologie
Modulbezeichnung englisch	Applied Statistics in Business Psychology
Modulbezeichnung kurz	Statistik II
Modulverantwortliche(r)	Ralph Kattenbach
Dozent(in)	Ralph Kattenbach
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"><li>- Einfaktorielle und multifaktorielle Varianzanalyse sowie t-Tests</li><li>- Regressionsanalyse sowie deren spezifische Formen zur Analyse komplexer Korrelationsmuster (Mediator- und Moderatoreffekte)</li><li>- Explorative und konfirmatorische Faktorenanalyse</li><li>- Clusteranalyse</li><li>- Strukturelle Gleichungsmodellierung</li></ul> In einem ersten Schritt werden die testtheoretischen und mathematischen Grundlagen für jede dieser Analysemethoden vermittelt. Anschließend wird der Fokus auf die Umsetzung dieser Methoden mit dem Softwarepaket IBM SPSS gelegt. Für die Datenanalyse werden fiktive und reale Datensätze aus Forschungs- und Beratungsprojekten zur Verfügung gestellt.
Qualifikationsziele	Es wird die Kompetenz vermittelt, für wirtschaftspsychologische Fragestellungen das optimale Analyseverfahren und die entsprechenden Anforderungen an die Datenqualität zu erkennen. Darüber hinaus vermittelt der Kurs die Fähigkeit, Hypothesen mit SPSS zu prüfen und die Ergebnisse im Detail zu interpretieren.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Pflicht bestandene Modulprüfungen: Abschluss des Moduls Statistik
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung K 120
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2018). Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Pearson. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2021). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer. Field, A. (2024). Discovering Statistics using SPSS. Sage. Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.







Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Methodenpraktikum
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	MP
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.
Dozent(in)	Prof. Dr.
Modulinhalte	Im Methodenpraktikum wird auf die eigenständige Entwicklung einer Auswahl von Erhebungsinstrumenten eingegangen. Dies kann bspw. die Entwicklung eines psychometrischen Fragebogens, eines Interviewleitfadens, eines Experimentaldesigns oder eines Testverfahrens sein. Die Erprobung und Evaluation des entwickelten Instrumentes gehört ebenfalls zum Methodenpraktikum.
Qualifikationsziele	Nach Abschluss des Methodenpraktikums sollen die Studierenden in der Lage sein, spezifisch für eine Fragestellung eigenständig Erhebungsinstrumente zu entwickeln und anzuwenden. Sie sollen die theoretischen Grundlagen und praktischen Anforderungen der Entwicklung verstehen und umsetzen können. Sie sollen fähig sein, die entwickelten Instrumente in der Praxis zu erproben und deren Gütekriterien wie Reliabilität, Validität und Objektivität zu evaluieren. Durch das Methodenpraktikum erwerben die Studierenden umfassende Kenntnisse und praktische Fertigkeiten in der Erstellung, Anwendung und Evaluation psychologischer Erhebungsinstrumente, die sie in ihrer weiteren wissenschaftlichen und beruflichen Tätigkeit anwenden können.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Vorlesung und seminaristischer Unterricht
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS SU
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Abschluss des Moduls Angewandte Statistik der Wirtschaftspsychologie
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Wird zu Vorlesungsbeginn bekannt gegeben.



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Untersuchungsplanung und Lehrforschungsprojekt
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	
Modulverantwortliche(r)	Ralph Kattenbach
Dozent(in)	Ralph Kattenbach
Modulinhalte	<p>Das Forschungsprojekt soll in der Regel eine praktische Anwendung quantitativer und/oder qualitativer psychologischer Methoden beinhalten. Es gliedert sich in zwei Teile. Im Sommersemester entwickeln die Studierenden in Kleingruppen eine eigene Fragestellung anhand derer sie eigenständig eine wissenschaftliche Bearbeitung planen und in einem Forschungsexposé vorstellen. Literaturrecherche, Zitieren &amp; Belegen, wissenschaftliches Schreiben und die Erstellung eines Forschungsdesigns stehen hier im Mittelpunkt.</p> <p>Im folgenden Wintersemester wird dieses Forschungsdesign mit Leben gefüllt. Ein eigenes wirtschaftspsychologisches Forschungsprojekt durchgeführt sowie die hieraus resultierenden Ergebnisse wissenschaftlich ausgewertet, ggf. in Zusammenarbeit mit Unternehmen, anderen Hochschulen oder Forschungseinrichtungen.</p>
Qualifikationsziele	Das Forschungsprojekt vermittelt eine Vielzahl fachlicher, methodischer und sozialer Kompetenzen. Es bereitet ebenso auf die Erstellung der eigenen empirischen Bachelorarbeit vor, wie auf die wissenschaftlich fundierte Bearbeitung von Fragestellungen in der Berufspraxis von Wirtschaftspsychologen.
Sprache	Deutsch, englischsprachige Literatur
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht und begleitete Kleingruppenarbeit, teilweise geblockt und/oder online. Details werden vor Vorlesungsbeginn bekannt gegeben.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	2 Semester – 4 SWS - 2 SU, 2 Ü
Angebotsturnus	Beginn im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Pflicht bestandene Modulprüfungen: Abschluss des Moduls Angewandte Statistik der Wirtschaftspsychologie
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	APL, Forschungsexposé, Präsentation und Forschungsbericht
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	540 Stunden
Platzbeschränkung	ohne Beschränkung
Literaturangaben	Eigenständige Literaturrecherche erforderlich



## **Schwerpunkt Markt, Werbung und Konsum**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch Modulbezeichnung englisch	Werbe- und Medienpsychologie
Modulbezeichnung kurz	WMP
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.
Dozent(in)	Prof. Dr.
Modulinhalte	<p>Das Modul "Werbe- und Medienpsychologie" baut auf den Grundlagen der Markt- und Konsumpsychologie auf und bietet eine eingehende Auseinandersetzung mit den psychologischen Mechanismen und Wirkungsweisen von Werbung und Medien. Im Fokus stehen dabei unter anderem die aktuellen Entwicklungen im Bereich Social Media und Künstliche Intelligenz. Die Studierenden vertiefen ihr Wissen über die Theorien und Konzepte der Werbe- und Medienpsychologie. Besondere Aufmerksamkeit wird den Einflüssen auf das Verhalten, die Wahrnehmung und die Einstellungen der Konsumenten und Rezipienten gewidmet. Das Modul vermittelt fortgeschrittene Methoden zur Analyse und Gestaltung von Werbebotschaften und Medieninhalten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefung der Theorien der Werbewirkung</li> <li>• Psychologische Prinzipien der Gestaltung von Werbebotschaften</li> <li>• Einfluss von Werbung auf Einstellungen und Verhalten im digitalen Zeitalter</li> <li>• Analyse von Mediennutzungsmotiven und -gewohnheiten mit Fokus auf Social Media</li> <li>• Wirkung von Medieninhalten auf Individuen und Gesellschaft: aktuelle Trends und Entwicklungen</li> <li>• Methoden der Werbe- und Medienforschung: fortgeschrittene Ansätze und Techniken</li> <li>• Analyse von Werbekampagnen und Medienphänomenen in digitalen Medien</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Dieses Vertiefungsmodul bereitet die Studierenden darauf vor, in anspruchsvollen Bereichen wie strategischem Marketing, Medienplanung, Marktforschung und Kommunikation fundierte und wissenschaftlich begründete Entscheidungen zu treffen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen die fortgeschrittenen Theorien und Konzepte der Werbe- und Medienpsychologie und können diese detailliert erklären und anwenden. Sie sind in der Lage, komplexe Werbebotschaften hinsichtlich ihrer psychologischen Gestaltung und Wirkung im digitalen Kontext zu analysieren und kritisch zu bewerten.</li> <li>• Die Studierenden können Motive und Gewohnheiten der Mediennutzung, insbesondere in Social Media, detailliert identifizieren und analysieren. Sie beherrschen fortgeschrittene Methoden der Werbe- und Medienwirkungsforschung.</li> <li>• Sie entwickeln ein kritisches und ethisches Verständnis für</li> </ul>



	die Wirkmechanismen von Werbung und Medien, einschließlich der ethischen und datenschutzrechtlichen Implikationen im digitalen Zeitalter.
Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht und begleitete Kleingruppenarbeit, teilweise geblockt und/oder online. Details werden vor Vorlesungsbeginn bekannt gegeben.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	K90 oder APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	Max. 40
Literaturangaben	Eigenständige Literaturrecherche erforderlich



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	User Experience
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	UX
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.
Dozent(in)	Prof. Dr.
Modulinhalte	<p>Das Modul "User Experience (UX)" befasst sich mit den psychologischen Aspekten der Interaktion zwischen Nutzern und digitalen Systemen. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein tiefes Verständnis für die Prinzipien und Methoden der User Experience zu vermitteln und ihnen die Fähigkeiten zur Gestaltung nutzerfreundlicher digitaler Produkte und Dienstleistungen zu geben. Der Schwerpunkt liegt auf der Analyse und Optimierung der Benutzerfreundlichkeit und des Nutzungserlebnisses. Dabei werden auch aktuelle Entwicklungen und Technologien, wie beispielsweise Künstliche Intelligenz und immersive Medien, thematisiert.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Einführung und Grundlagen der Mensch-Computer-Interaktion</li><li>• Methoden der UX-Forschung und -Evaluation</li><li>• Design Thinking und nutzerzentrierte Gestaltung</li><li>• Informationsarchitektur und Interaktionsdesign</li><li>• Prinzipien des visuellen Designs und der Ästhetik</li><li>• Gestaltung von interaktiven und immersiven Medien (z.B. AR/VR)</li></ul>
Qualifikationsziele	<p>Dieses Modul bereitet die Studierenden darauf vor, in Bereichen wie UX-Design, Interaktionsdesign, Produktentwicklung und digitalen Medien fundierte und wissenschaftlich begründete Entscheidungen zu treffen, um die Benutzerfreundlichkeit und das Nutzungserlebnis digitaler Produkte und Dienstleistungen zu optimieren.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlegende UX-Konzepte verstehen: Die Studierenden kennen die grundlegenden Theorien und Konzepte der User Experience und können diese erklären und anwenden.</li><li>• Methoden der UX-Forschung anwenden: Sie sind in der Lage, verschiedene Methoden der UX-Forschung und -Evaluation, wie Usability-Tests und Eyetracking, durchzuführen und die Ergebnisse zu interpretieren.</li><li>• Nutzerzentrierte Gestaltung umsetzen: Die Studierenden können Design Thinking und andere nutzerzentrierte Ansätze anwenden, um nutzerfreundliche digitale Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.</li><li>• Interaktionsdesign beherrschen: Sie verstehen die Prinzipien der Informationsarchitektur und des Interaktionsdesigns und können diese bei der Gestaltung von Benutzeroberflächen anwenden.</li><li>• Visuelles Design optimieren: Die Studierenden sind in der Lage, Prinzipien des visuellen Designs und der Ästhetik zu berücksichtigen, um ansprechende und funktionale Benutzeroberflächen zu gestalten.</li></ul>



Sprache	Deutsch
Lehr- und Lernformen	Seminaristischer Unterricht und begleitete Kleingruppenarbeit, teilweise geblockt und/oder online. Details werden vor Vorlesungsbeginn bekannt gegeben.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester
Teilnahmevoraussetzungen	
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	APL oder K120
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	Max. 40
Literaturangaben	Wird zu Vorlesungsbeginn bekannt gegeben



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Aktuelle Themen der Werbe, Medien- und Konsumpsychologie
Modulbezeichnung englisch	
Modulbezeichnung kurz	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.
Dozent(in)	Prof. Dr.
Modulinhalte	<p>Das Modul thematisiert die Einflüsse aktueller (Mega-)Trends auf die Rezeption von Werbung und Medien sowie das Erleben und Verhalten von Konsumentinnen und Konsumenten im Allgemeinen.</p> <p>Es werden aktuelle Themen oder Entwicklungen mit hoher transformatorischer Relevanz untersucht. Die Themen werden jeweils vertieft aus interdisziplinären Perspektiven betrachtet.</p>
Qualifikationsziele	<p>Fachlich werden Teilnehmende befähigt, sich aktuelle Themen zu erarbeiten und anhand einer theoretischen Verknüpfung eine Position auszubilden. Methodisch wird die Literaturrecherche und die Arbeit mit Quellen auf hohem Niveau entwickelt. Zudem wird die Kompetenz ausgebildet, Themen interdisziplinär aus verschiedenen wissenschaftlichen Perspektiven zu betrachten. Die Fähigkeit zur interdisziplinären Kommunikation und Kooperation ist das soziale Qualifikationsziel des Kurses.</p>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Übungen, Projektarbeiten, Präsentationen, Diskussionen
Art und Verwendbarkeit	obligatorisches Modul innerhalb des Schwerpunkts „Werbung, Medien und Konsum“ im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS Ü
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	max. 40
Literaturangaben	Wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben oder selbständig recherchiert





## **Schwerpunkt Arbeit und Organisation**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Aktuelle Themen, Trends und Innovationen der Arbeitswelt
Modulbezeichnung englisch	Current Topics, Trends and Innovation in the World of Work
Modulbezeichnung kurz	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Guido Hölker
Dozent(in)	Prof. Dr. Guido Hölker, N.N.
Modulinhalte	<p>Das Modul thematisiert die Einflüsse aktueller (Mega-)Trends auf die Arbeitswelt ebenso wie Unternehmen Innovationen vorantreiben und sich für disruptive Veränderungen wappnen können.</p> <p>Es werden aktuelle Themen oder Entwicklungen mit hoher transformatorischer Relevanz für Unternehmen untersucht. Ebenso können veränderte Rahmenbedingungen wie bspw. durch neue Gesetze und deren Umsetzung in erfolgreiche Personalarbeit thematisiert werden.</p> <p>Diese Themen werden jeweils aus einer inhaltlich naheliegenden Wissenschaftsdisziplin und einer wirtschaftspsychologischen Perspektive betrachtet.</p>
Qualifikationsziele	Fachlich werden Teilnehmende befähigt, sich aktuelle Themen zu erarbeiten und anhand einer theoretischen Verknüpfung eine Position auszubilden. Methodisch wird die Literaturrecherche und die Arbeit mit Quellen auf hohem Niveau entwickelt. Zudem wird die Kompetenz ausgebildet, Themen interdisziplinär aus verschiedenen wissenschaftlichen Perspektiven zu betrachten. Die Fähigkeit zur interdisziplinären Kommunikation und Kooperation ist das soziale Qualifikationsziel des Kurses.
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Übungen, Projektarbeiten, Präsentationen, Diskussionen
Art und Verwendbarkeit	obligatorisches Modul innerhalb des Schwerpunkts „Arbeit und Organisation“ im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS Übung
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	max. 40
Literaturangaben	Wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben oder selbständig recherchiert



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Personalinformationssysteme
Modulbezeichnung englisch	Human Resources Information Systems
Modulbezeichnung kurz	Personal-Info
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Marianne Schmolke
Dozent(in)	Prof. Dr. Marianne Schmolke
Modulinhalte	<p>In diesem Modul werden nachstehende Schwerpunkte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalinformationssysteme (synonym: Human Resource Information Systems (HRIS)) im Kontext der Wirtschaftsinformatik</li> <li>• Rolle der digitalen Transformation bei der wertschöpfenden Digitalisierung von Personalinformationsprozessen</li> <li>• SMART HRM</li> <li>• HR Intelligence &amp; Analytics</li> <li>• Use Cases von HRIS</li> <li>• Architektur von HRIS</li> <li>• Entwicklung und Einführung von HRIS unter Einsatz agiler oder hybrider Methoden <ul style="list-style-type: none"> <li>- KI-Einsatz in HR-Prozessen</li> </ul> </li> </ul>
Qualifikationsziele	<p><b>Kenntnisse:</b> Die Studierenden kennen die strategische Bedeutung und die Aufgaben von HRIS im Kontext von IT-Systemen und der Post-Informationsgesellschaft, die sich als die Integration von Information und Technologie in das menschliche Leben definiert.</p> <p><b>Fertigkeiten:</b> Die Studierenden können bestehende HRIS analysieren und Konzepte für ihre Digitalisierung von personalwirtschaftlichen Prozessen entwerfen, realisieren und einführen.</p> <p><b>Kompetenzen:</b> Die Studierenden sind in der Lage anhand der erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten die Anforderungen an den Einsatz von HRIS zu analysieren, HRIS konzeptionell zu entwickeln, anzupassen und in Unternehmen einzuführen. Die dafür erforderlichen interdisziplinären Kompetenzen werden in diesem Modul entwickelt.</p>
Sprache	Deutsch, Englisch möglich
Lehr- und Lernformen	Lehrvortrag, computergestützte Präsentationen, Skripte, Internet, autonome Computernutzung, seminaristische Lehrveranstaltungen, Seminarreferate, Workshops, Arbeit im Projektteam, E-Learning
Art und Verwendbarkeit	<p>obligatorisches Modul innerhalb des Schwerpunkts „Arbeit und Organisation“ im BA WP</p> <p>Geeignet als Grundlage für die Module:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Wirtschaftsinformatikprojekt im Unternehmen</li> <li>➤ Digitalgesellschaft und Methodenkompetenz</li> </ul> <p>Bezug zu weiteren Modulen, insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Systemanalyse und Softwarearchitektur</li> <li>➤ Wirtschaftsinformatikprojekt im Unternehmen</li> </ul>



	<p>➤ Betriebliche Wertschöpfungsprozesse ERP-Systeme</p>
Dauer	<p>1 Semester 4 SWS, davon 2 SWS seminaristischer Unterricht und 2 SWS Labor</p>
Angebotsturnus	<p>Alle 2 Semester</p>
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Allgemeine Vorkenntnisse oder andere Module</p>
Prüfungsvorleistung	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Alternative Prüfungsleistung (APL) oder K 120</p>
ECTS-Leistungspunkte	<p>5 CP</p>
Arbeitsaufwand	<p>Ein regelmäßiges, selbstständiges Üben außerhalb der Lehrveranstaltungen ist Voraussetzung für einen erfolgreichen Abschluss: 64h für Lehrveranstaltungen, 86h für wöchentliches Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.</p>
Platzbeschränkung	
Literaturangaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petry, Thorsten; Jäger, Wolfgang (Hrsg.): Digital HR, Haufe Group Freiburg München Stuttgart, aktuelle Auflage.</li> <li>• Reindl, Cornelia; Krügl, Stefanie: People Analytics in der Praxis, Haufe Gruppe Freiburg München Stuttgart, aktuelle Auflage.</li> <li>• Strohmeier, Stefan: Informationssysteme im Personalmanagement, Vieweg + Teubner Verlag, Wiesbaden, aktuelle Auflage.</li> <li>• Strohmeier, Stefan; Piazza, Franca (Hrsg.): Human Resource Intelligence und Analytics, Springer Gabler</li> <li>•</li> <li>• Praxishandbuch BPMN 2.0 Mit Einführung in DMN Jakob Freund, Bernd Rücker, aktuelle Auflage.</li> </ul> <p style="margin-left: 40px;">– Weitere Literaturhinweise werden im Learningmanagementsystem veröffentlicht.</p>



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Leadership und Coaching
Modulbezeichnung englisch	Leadership and Coaching
Modulbezeichnung kurz	Lead&Co
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	Prof. Dr. Andreas von Schubert / N.N.
Modulinhalte	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in den Bereichen Führung und Coaching.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Führung: Definition und Konzepte</li> <li>• Rahmenmodell und Führungstheorien</li> <li>• Führungskompetenzen: Kommunikationsfähigkeiten, Entscheidungsfindung, Konfliktmanagement</li> <li>• Effekte von Führung</li> <li>• Definition und Ziele von Coaching, Coaching-Modelle und -Techniken</li> <li>• Aufbau einer Coaching-Beziehung, Fragetechniken und aktives Zuhören, Feedback geben und erhalten</li> </ul>
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Theorien und Konzepte von Leadership und Coaching verstehen.</li> <li>• Führungs- und Coaching-Techniken anwenden, effektive Kommunikationsstrategien nutzen.</li> <li>• Konstruktives Feedback geben und empfangen. Konflikte erkennen und lösen.</li> <li>• Selbstbewusstsein und Selbstreflexion entwickeln.</li> <li>• Eigene Werte und Ziele mit der Führungs- und Coaching-Praxis in Einklang bringen.</li> <li>• Führungs- und Coaching-Rollen übernehmen. Strategien zur Leistungssteigerung umsetzen.</li> </ul>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Übungen, Projektarbeiten, Präsentationen, Diskussionen
Art und Verwendbarkeit	obligatorisches Modul innerhalb des Schwerpunkts „Arbeit und Organisation“ im BA WP
Dauer	1 Semester – 4 SWS Übung
Angebotsturnus	jährlich im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	APL
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	max. 40
Literaturangaben	Wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben



## **Wahlpflichtblock**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Wahlpflichtmodul I
Modulinhalte	Zusätzliches Angebot an Bachelor-Modulen der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften sowie der anderen Fakultäten der Hochschule Wismar, soweit ein sinnvoller Zusammenhang mit dem Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie besteht.
Qualifikationsziele	Die Studierenden haben mit dem Wahlpflichtmodul die Möglichkeit, ihre wirtschaftspsychologische Qualifikation durch die Vertiefung von Anwendungsbereichen aus den Fakultäten Technik und Gestaltung auszubauen oder wirtschaftswissenschaftliche Module zu vertiefen.
Lehr- und Lernformen	abhängig vom ausgewählten Modul
Art und Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodule
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester/Wintersemester
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen i.d.R 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium incl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	i.d.R. maximal 30 Teilnehmer
Literaturangaben	abhängig vom jeweiligen Modul



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Wahlpflichtmodul II
Modulinhalte	Zusätzliches Angebot an Modulen der allgemeinen Wissenschaften (Liste ist beispielhaft): <ul style="list-style-type: none"><li>– Gesellschaftsrecht</li><li>– Strategisches Marketing</li><li>– International Economics</li><li>– Beratung für Organisationsakteure</li><li>– Finanzierung und Investition</li><li>– Introduction into EU Law</li></ul> übriges Studienangebot der Hochschule Wismar (auf Zulassung des Prüfungsausschusses)
Qualifikationsziele	Die Studierenden haben insbesondere die Möglichkeit, ihre wirtschaftspsychologische Qualifikation durch die Wahl eines Moduls aus den allgemeinen Wissenschaften zu ergänzen. Damit werden generalistische Fähigkeiten entwickelt. Durch die Wahl eines Moduls der allgemeinen Wissenschaften aus der International Class sind die Studierenden befähigt, Kommunikationsprozesse und Präsentationen in englischer Sprache durchzuführen.
Lehr- und Lernformen	abhängig vom ausgewählten Modul
Art und Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodul
Dauer	1 Semester
Angebotsturnus	jährlich im Sommersemester/Wintersemester
ECTS-Leistungspunkte	5
Arbeitsaufwand	150 Stunden, davon entfallen i.d.R. 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 86 Stunden auf begleitendes Selbststudium incl. Seminar- und Prüfungsvorbereitung und Prüfung
Platzbeschränkung	i.d.R. maximal 30 Teilnehmer
Literaturangaben	abhängig vom jeweiligen Modul





## **Unternehmenspraktikum und Abschlussarbeit**



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Unternehmenspraktikum
Modulbezeichnung englisch	Corporate Internship
Modulbezeichnung kurz	Praktikum
Modulverantwortliche(r)	Der Prüfungsausschuss bestimmt in Absprache mit dem Studierenden einen Professor als Betreuer.
Dozent(in)	Die Betreuung erfolgt individuell.
Modulinhalte	<p>Der Studierende erhält eine praktische Ausbildung an fest umrissenen konkreten Projekten, die inhaltlich den Schwerpunkten des Studiengangs Wirtschaftspsychologie entsprechen. Eine wirtschaftspsychologische Kompetenz im Unternehmen wird vorausgesetzt.</p> <p>Die praktische Ausbildung kann bspw. in folgenden Bereichen erfolgen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Personalabteilung und Personalentwicklung</li> <li>– Unternehmensberatung</li> <li>– Marketingabteilung</li> <li>– Werbe-Agenturen</li> <li>– Marktforschungsinstitut</li> <li>– Trainings- und Coachinganbieter</li> <li>– Sonstige Dienstleister in den Bereichen Diagnostik, Personal Werbung oder Medien</li> </ul>
Qualifikationsziele	<p>Im Unternehmenspraktikum sollen Studierende Tätigkeiten im Bereich Wirtschaftspsychologie und ihre fachlichen Anforderungen kennen lernen, eine Einführung in Aufgaben des späteren beruflichen Einsatzes erfahren und Kenntnis über das soziale Umfeld eines Betriebes erwerben.</p> <p>Die Studierenden zeigen, dass Sie das im Studiengang erworbene Wissen in der Praxis anwenden können. Sie beherrschen Tätigkeiten, die ihrer im Studium erworbenen Qualifikationen entsprechen. Sie sind in der Lage, ein möglichst hohes Maß an Kenntnissen und praktischen Fähigkeiten zu erwerben.</p> <p>Neben instrumentalen Kompetenzen erweitern sie durch die praktischen Tätigkeiten ihre systemischen und kommunikativen Kompetenzen. Ihr Verständnis berufspraktischer Tätigkeit fußt nun auf realen Erfahrungen, so dass der Übertritt vom Studium in eine qualifizierte verantwortungsvolle Tätigkeit aufgrund klarer Vorstellungen und Einschätzungen vollzogen werden kann.</p>
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Praktische Tätigkeit entsprechend den Ausbildungszielen
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	mind. 12 Wochen
Angebotsturnus	im Wintersemester
Teilnahmevoraussetzungen	Die Studierenden finden selbständig eine Praktikantenstelle. Die Hochschule Wismar unterstützt sie dabei. Der einzelne Studierende schließt vor Beginn seiner Ausbildung mit der Praxisstelle einen Vertrag ab, dessen Einzelheiten in der Ordnung für das Praktische Studiensemester geregelt sind.



Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktikumsarbeit im Umfang von mind. 5000 Wörtern mit einer wissenschaftlichen Fragestellung; Praktikumsbericht zur Dokumentation der ausgeübten Tätigkeiten
ECTS-Leistungspunkte	16
Arbeitsaufwand	450 Std. gesamt, davon mind. 420 Stunden praktische Tätigkeit in einem Unternehmen und 260 Stunden zur Erstellung der Praktikumsarbeit
Platzbeschränkung	-
Literaturangaben	Die zur Anfertigung der Praktikumsarbeit benötigte Literatur ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren und zu besorgen.



Modulnummer/Code	Wird vom System eingegeben (HIO)
Modulbezeichnung deutsch	Bachelor-Thesis und Kolloquium
Modulbezeichnung englisch	Bachelor Thesis ans Colloquium
Modulbezeichnung kurz	Bachelor-Thesis und Kolloquium
Modulverantwortliche(r)	Bewertung der Bachelor-Thesis und des Kolloquiums durch zwei Prüfer, von denen mindestens einer nach § 36 Abs. 4 LHG prüfungsberechtigt und als Professor an der Hochschule Wismar tätig sein muss: Die Betreuung der Bachelor-Thesis erfolgt durch einen der Prüfer.
Dozent(in)	Die Betreuung erfolgt individuell.
Modulinhalte	Bachelor-Thesis und Kolloquium <ul style="list-style-type: none"> <li>– Entwicklung und schriftliche Darstellung eines Forschungsexposés aus dem die (selbst entwickelte oder gestellte) Forschungsfragestellung und das Vorgehen zur Beantwortung dieser Forschungsfrage hervorgehen.</li> <li>– Empirische Erarbeitung eines gestellten Themas innerhalb von 14 Wochen gemäß des Forschungsexposés.</li> </ul>
Qualifikationsziele	Die Studierenden zeigen, dass Sie das wissenschaftliche Arbeiten beherrschen und die im Studium erworbenen Qualifikationen anwenden können. Sie sind in der Lage, ein Thema aus der Wirtschaftspsychologie innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig mit dem im Studium erlernten Fach- und Methodenwissen angemessen zu erarbeiten, schriftlich darzustellen und mündlich zu verteidigen. Sie sind in der Lage, komplexe Probleme theoretischer und praktischer Art zu erfassen, zu beurteilen, Lösungen zu erarbeiten und diese zu kommunizieren. Sie können die Thematik auch mündlich präsentieren, selbstständig begründen und gegebenenfalls die Bedeutung für die Praxis mit einbeziehen.
Sprache	deutsch
Lehr- und Lernformen	Bei der Bachelor-Thesis handelt es sich um die eigenständige, durch Beratung unterstützte, individuelle Verfassung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit. wissenschaftliche Arbeit. Das Kolloquium findet in Form einer hochschulöffentlichen Veranstaltung statt, sofern der/die Studierende nicht widerspricht und das jeweilige Thema aufgrund eines Sperrvermerks unter Ausschluss der Öffentlichkeit behandelt werden muss.
Art und Verwendbarkeit	Pflichtmodul im BA WP
Dauer	14 Wochen
Angebotsturnus	Nach individueller Absprache
Teilnahmevoraussetzungen	Nachweis von mind. 150 Credits aus dem bisherigen Studium
Prüfungsvorleistung	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Bachelor-Thesis und Kolloquium
ECTS-Leistungspunkte	15
Arbeitsaufwand	450 Stunden; inklusive 45 min. Verteidigung. Erläuterung: Die



	Bearbeitungszeit für die Bachelor-Thesis beträgt 14 Wochen, das Kolloquium dauert mindestens 30, höchstens 45 Minuten.
Platzbeschränkung	-
Literaturangaben	Die zur Anfertigung der Bachelor-Thesis benötigte Literatur ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren und zu besorgen. Dabei sollte auf Angemessenheit, Relevanz und Aktualität sowie auf eine ausreichende Bandbreite geachtet werden, um Vergleichbarkeit und Repräsentativität zu gewährleisten. Für das Kolloquium kann gegebenenfalls weiterführende, ergänzende Literatur zu Rate gezogen werden.