

Modulübersicht

des Hochschulzertifikats
Wirtschaftspsychologie

Die Inhalte und Ziele der Module werden durch eine sinnvolle Verknüpfung verschiedener Lehr- und Lernmethoden vermittelt:

Studienhefte

Den theoretischen Rahmen Ihres Studiums bilden speziell für das Selbststudium aufbereitete Studienhefte, die Sie bequem orts- und zeitunabhängig bearbeiten können. Sie vermitteln Ihnen umfangreiches Wissen aus allen Themenfeldern Ihres Studiengangs und beinhalten Übungsaufgaben, die zur Verinnerlichung der Lehrinhalte dienen.

Online-Vorlesungen

Parallel zu den Studienheften werden Online-Vorlesungen angeboten, in denen besonders wichtige und komplexe Themen vertieft werden. Die Vorlesungen werden mit neuester Technik aufgezeichnet und sind für Sie im Online-Campus jederzeit abrufbar.

Online-Tutorien

In regelmäßig stattfindenden Online-Tutorien können Sie sich interaktiv mit Ihren Dozenten austauschen und konkrete Fragen stellen, um eventuelle Verständnislücken zu schließen.

Durch Online-Übungen und Fallstudien, die Sie je nach Aufgabenstellung alleine oder in der Gruppe bearbeiten, lernen Sie, wie Sie Ihr theoretisches Wissen in der Praxis anwenden und umsetzen können. In unserem Online-Campus haben Sie die Möglichkeit, sich mit Ihren Kommilitonen zu Arbeits- und Lerngruppen zusammenzuschließen oder sich in dazugehörigen Online-Foren auszutauschen.

Präsenzphasen

Ausgewählte Module sehen Präsenzphasen vor, die Ihnen wichtiges Praxiswissen vermitteln und den persönlichen Austausch mit Branchenexperten sowie Ihren Kommilitonen ermöglichen. Die Präsenzphasen finden in Düsseldorf statt und sind bei einigen Modulen verpflichtend.

Modul BA 109 „Wirtschaftspsychologie“

Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	BA 109
Modulbezeichnung	Warenwirtschaftspsychologie
Dauer des Moduls	1 Semester
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Einführung in die Wirtschaftspsychologie Angewandte Wirtschaftspsychologie
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Walter Braun
Name der/des Hochschullehrer/s	Walter Braun
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	15
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung	Gesamtworkload: 375 Online-Vorlesung: 25 Online-Tutorium: 65 Seminar: 20 Selbststudium mit Studienheften und Vertiefungsliteratur inkl. Prüfungszeit: 265
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur 120 Minuten
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Studierenden lernen zum Ende ihres Studiums die praktische Bedeutung und Anwendung der Wirtschaftspsychologie kennen. ■ Sie erlangen Kompetenzen zu theoretischen wirtschaftspsychologischen Fragestellungen in Verbindung mit deren praktischer Umsetzung im Personal-, Marketing- und Vertriebsbereich. ■ Sie können verschiedene Modelle, Instrumente und Methoden sowie verhaltens- und erlebnisorientierte Einflussfaktoren zu praktischen Interventionen im Betrieb und bei Menschen erläutern. ■ Die Studierenden sind in der Lage, Einflussfaktoren und Strategien der Wirtschaftspsychologie praxisorientiert anzuwenden und gegebenenfalls weiterzuentwickeln.

Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vier wesentliche Domänen der Wirtschaftspsychologie im Überblick ■ Motivation und Führung ■ Personalentscheidungen ■ Personalentwicklungsmöglichkeiten ■ Wahrnehmung und Emotionen in der Werbung ■ Beeinflussung von Kaufentscheidungen ■ Kundenzufriedenheit und Kundenbindungen ■ Psychologische Betrachtung von Marketingkonzepten und -instrumenten ■ Ethische und moralische Ansprüche an das eigene Handeln ■ Selbstführung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Die Lernziele des Moduls werden durch die Kombination von vier Lernorten erreicht:</p> <p>Lernorte mit der Primärorientierung Vermittlung von Wissen</p> <p>Studienheft:</p> <p>Die Studienhefte vermitteln die grundsätzlichen Inhalte, Modelle und Methoden des Moduls. Damit bilden sie den Rahmen für die anderen Lernorte.</p> <p>Online-Vorlesung:</p> <p>Online-Vorlesungen sind als nicht interaktive Veranstaltungen ausgelegt und können von den Studierenden zeitlich unabhängig online angesehen werden. Sie dienen dem besseren Verständnis der Inhalte der Studienhefte und ergänzen diese um Praxisbeispiele.</p>

	<p>Lernorte mit der Primärorientierung Vermittlung von Können</p> <p>Online-Tutorium:</p> <p>Online-Tutorien sind interaktiv angelegt und werden mittels der virtuellen Klassenzimmer-Software Adobe Connect verwirklicht. Dabei steht die Vermittlung anwendungsbezogenen Wissens im Vordergrund. In Korrespondenz mit den Online-Übungen werden einfache und komplexere Fälle bearbeitet und vertieft. Gleichzeitig können hier Verständnislücken im direkten Dialog geschlossen werden.</p> <p>Online-Übungen bestehen aus online bereitgestellten Übungsaufgaben oder Fallstudien zu den Lehrinhalten der jeweiligen Module, die von den Studierenden je nach Aufgabenstellung allein oder in der Gruppe bearbeitet und die im dazugehörigen Online-Forum diskutiert werden können.</p> <p>Die Musterlösungen werden nach der Diskussion im Forum, an denen der Lehrende nach Bedarf teilnehmen kann, ebenfalls online bereitgestellt.</p> <p>Lernorte mit der Primärorientierung Orientierungswissen und überfachliche Inhalte</p> <p>Seminar:</p> <p>Im Präsenzseminar werden vor allem überfachliche Inhalte, wie Präsentation und Kommunikation vermittelt. Gleichzeitig dient das Seminar der sozialen Interaktion der Studierenden und Lehrenden und damit auch der Motivation. Es steht dabei weniger die detailorientierte Vermittlung der Inhalte im Vordergrund, sondern vor allem ein zusammenhängendes Verständnis der gesamten Themengebiete. Besonders der interdisziplinäre Zugang zur Interpretation wirtschaftlichen Handelns wird durch die Diskussion mit und zwischen den Dozenten und Studierenden vertieft.</p>
Besonderes	Innerhalb der Online-Anteile und dem Seminar werden Experten und Praxisvertreter über die Motivation zur Beschäftigung mit dem Thema sowie zu dessen praktischer Umsetzung Auskunft geben.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Pflichtlektüre:</p> <p>Studienheft: Einführung in die Wirtschaftspsychologie</p> <p>Studienheft: Angewandte Wirtschaftspsychologie</p> <p>Empfohlene und weiterführende Literatur:</p> <p>WERTHER, S./JACOBS, C. (2014): Organisationsentwicklung – Freude am Change, Berlin/Heidelberg: Springer</p> <p>GLASL, F. (2013): Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, 11. Aufl., Bern: Haupt</p> <p>MEHLICH, P./BRANDENBURG, T./THIELISCH, M. T. (2014): Praxis der Wirtschaftspsychologie – Band III: Themen und Fallbeispiele für Studium und Praxis; Münster: Monsenstein und Vannerdat</p> <p>NERDINGER, F. W./BLICKLE, G./SCHAPER, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. Aufl., Berlin/Heidelberg: Springer</p>

Sie haben Fragen oder wünschen ergänzende Informationen? Rufen Sie uns unter der deutschlandweit kostenfreien Rufnummer 0800 478 0800 an. Wir freuen uns auf Sie!