

Modul: Einführung in die Wirtschaftspsychologie

Semester: 2

Code der Veranstaltung: EWP

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 85

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 5/180

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Röchter

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Langemeyer, Prof. Dr. Ueding, Prof. Dr. Röchter, Götz-Lange

Zugangsvoraussetzungen:

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module Marketing und Medienpsychologie, Personal- und Organisationspsychologie und Spezialgebiete der Wirtschaftspsychologie, Ausgewählte Themen der BWL

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen der Allgemeinen Psychologie, welches es Ihnen ermöglicht, menschliches Verhalten in Wirtschaftsorganisationen aus psychologischer Perspektive zu verstehen. Sie haben Einblick in neurowissenschaftliche Hintergründe menschlichen Verhaltens und kennen grundlegende Prozesse u.a. der Wahrnehmung, des Lernens sowie der Problemlösung und Entscheidungsfindung aus Sicht der Psychologie. Durch den Fokus auf die Wirtschaftspsychologie sind sie in der Lage, den Einfluss psychologischer Prozesse sowohl im makroökonomischen Kontext, z.B. auf den Finanzmärkten, als auch in mikroökonomischen Zusammenhängen innerhalb und außerhalb einer Organisation zu erkennen und zu interpretieren. Die Studierenden verfügen über grundlegendes Wissen zu zentralen wirtschaftspsychologischen Theorien in den Bereichen der Motivation, Kognition und Interaktion. Dies ermöglicht es Ihnen, in Ergänzung mit Kenntnissen aus nachfolgenden Modulen geeignete Maßnahmen im Vertriebs- und Marketingbereich sowie im Personalwesen zu gestalten. Schließlich sind die Studierenden in der Lage, auf Basis ihrer Kenntnisse über statistischen Methoden der Datenerhebung und -analyse eigenständig kleinere psychologische Studien zu konzipieren und durchzuführen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vorlesung, Gruppenarbeit, Behandlung von Praxisbeispielen, Experimente, z.B. zum Entscheidungsverhalten. Die weitergehende Recherche und Vertiefung kann in kleineren Gruppen als Projekt gestaltet werden und vermittelt neben sozialen Kompetenzen einen individuellen Bezug zu Anwendungsbeispielen aus den Praxisunternehmen der Studierenden.

Besonderes:

-

Inhalt des Moduls:

1. Grundlagen der Allgemeinen Psychologie
 - 1.1 Einführung in die Allgemeine Psychologie
 - 1.2 Neurowissenschaftliche Grundlagen der Psychologie
 - 1.3 Gegenstandsbereiche der Allgemeinen Psychologie

2. Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
 - 2.1 Entwicklung, Abgrenzung und Besonderheiten der Wirtschaftspsychologie
 - 2.2 Makroökonomische Handlungsfelder
 - 2.3 Mikroökonomische Handlungsfelder

3. Ausgewählte Theorien der Wirtschaftspsychologie
 - 3.1 Theorien im Bereich der Motivation
 - 3.2 Theorien im Bereich der Kognition
 - 3.3 Theorien im Bereich der Interaktion

4. Methoden der Wirtschaftspsychologie
 - 4.1 Methodische Besonderheiten der Wirtschaftspsychologie
 - 4.2 Relevante Messverfahren
 - 4.3 Erhebungsmethoden

Grundlegende Literaturhinweise:

- Becker-Carus, C., Wendt, M.: Allgemeine Psychologie – eine Einführung, 2. Aufl., München 2017
- Wiswede, G.: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, 5. Aufl., München 2012
- Sokolowski, K.: Allgemeine Psychologie für Studium und Beruf, Hallbergmoos 2013

Weitergehende Literaturhinweise:

- Brinkmann, R. (Hrsg.): Angewandte Wirtschaftspsychologie, München 2018
- Moser, K.: Wirtschaftspsychologie, 2. Aufl., Berlin 2015