

Wirtschaftspsychologie (W3WI_SE433)

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
-	Software Engineering	-

Modulbezeichnung	Sprache	Nummer	Version	Modulverantwortlicher
Wirtschaftspsychologie	Deutsch/Englisch	W3WI_SE433	1	Wengler, Prof. Dr. Katja; Karlsruhe Ratz, Prof. Dr. Dietmar; Karlsruhe

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. Stj.		Studienrichtungswahlmodul	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in min)
Mündliche Prüfung	-
Bestandteile Kombinierte Prüfungsleistung	
-	

Workload und ECTS			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Punkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe und Methoden der Wirtschaftspsychologie und können diese auf ein Praxisproblem anwenden.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage Organisationen und deren Arbeitsgestaltung einzuschätzen und zu bewerten, idealerweise können sie Methoden anwenden um diese zu verändern.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können sich selbstständig in ein Thema der Wirtschaftspsychologie einarbeiten und ihr neu erworbenes Wissen stichhaltig und sachangemessen kommunizieren sowie über Chancen und Risiken von Maßnahmen und Methoden diskutieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können die Kenntnisse direkt im Unternehmen in der täglichen Arbeit einsetzen und anwenden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenz	Selbststudium
Arbeits- und Organisationspsychologie	25,0	50,0
Organisationsdiagnose, Organisationsentwicklung, Arbeitsgestaltung, Organisationskultur und Klima, Führung von Mitarbeitern (wie weckt man Kreativität und lässt Innovation entstehen; wie beurteilt, motiviert, überzeugt man Personen; wie geht man mit Konflikten um).		
Ausgewählte Aspekte der Wirtschaftspsychologie	25,0	50,0
In diesem Modul sollen aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie aufgegriffen und den Studierenden vermittelt werden bzw. durch die Studierenden selbst erarbeitet werden. Es sollen Lehr- und Lerninhalte nach ihrer aktuellen Bedeutung (auch für die Partnerunternehmen) ausgewählt werden.		
In der Lehrveranstaltung werden exemplarisch aktuelle bzw. vertiefende Methoden und Ansätze der Wirtschaftspsychologie aufgegriffen, z.B. Werbewirkungsmodelle, Kaufentscheidungen, Persuasion, Markenmanagement, Marketinginstrumente aus psychologischer Sicht, Methoden der psychologische Marktforschung, Finanzpsychologie, etc.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

- Kirchler, E.: Arbeits- und Organisationspsychologie. UTB GmbH.
- Kirchler, E.: Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Hogrefe Verlag.
- Moser, K.: Wirtschaftspsychologie. Springer-Lehrbuch.
- Nerdinger, F. W.; Blickle, G.: Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer.
- Werth, L.: Psychologie für die Wirtschaft – Grundlagen und Anwendungen. Spektrum Akademischer Verlag.