

Modulhandbuch

Wirtschaftspsychologie (Bachelor of Science)

Zur Studienordnung vom 28. März 2023

Stand 07.04.2025

Inhalt

I.	Modul- und Studienplan.....	4
II.	Verwendete Abkürzungen	6
III.	Modulbeschreibungen	7
1.	Allgemeine Psychologie: Lernen, Motivation, Emotion	7
2.	Einführung in die Wirtschaftspsychologie.....	9
3.	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	11
4.	Wirtschaftsmathematik.....	13
5.	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden.....	15
6.	Einführung ins Marketing-Management	17
7.	Allgemeine Psychologie: Wahrnehmung, Kognition, Gedächtnis	19
8.	Differentielle Psychologie & Diagnostik.....	21
9.	Arbeitspsychologie.....	23
10.	Data Analytics I.....	25
11.	Testdesign & Surveys	27
12.	Business English	29
13.	Sozialpsychologie	31
14.	Organisationspsychologie.....	33
15.	Personalpsychologie.....	35
16.	Qualitative Forschungsmethoden	37
17.	Data Analytics II.....	39
18.	Advanced Business English.....	41
19.	Unternehmenskommunikation und -transformation.....	43
20.	Markt- und Konsumentenpsychologie	45
21.	Ingenieurpsychologie.....	47
22.	Experimentelle Forschung & agile Arbeitstechniken	49
23.	Wirtschaftsethik und digitale Welt	51
24.	Wahlpflichtmodul 1	53
25.	Praktikum 18 Wochen.....	55
26.	Praxisseminar	57
27.	Wahlpflichtmodul 2	59
28.	Vertiefungsmodul 1.....	61
	Vertiefungsmodul: Personalprozesse und personalpsychologische Trends.....	61
	Vertiefungsmodul: „Business Analytics und CX Consulting“	65
	Vertiefungsmodul: Psychology of Sustainability.....	68
29.	Wahlpflichtmodul 3	72
30.	Vertiefungsmodul 2.....	74

Vertiefungsmodul: Angewandte Themen der Organisationspsychologie	74
Vertiefungsmodul: Mensch Maschine Interaktion und User Experience.....	77
31. Bachelorarbeitsseminar	81
32. Bachelorarbeit	83

I. Modul- und Studienplan

1. Semester (Orientierungsphase)

Modul	SWS	CPs
Allgemeine Psychologie: Lernen, Motivation, Emotion	4	5
Einführung in die Wirtschaftspsychologie	4	5
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	4	5
Wirtschaftsmathematik	6	5
Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden	4	5
Einführung ins Marketing-Management	4	5
Gesamt		30

2. Semester (Orientierungsphase)

Modul	SWS	CPs
Allgemeine Psychologie: Wahrnehmung, Kognition, Gedächtnis	4	5
Differentielle Psychologie & Diagnostik	4	5
Arbeitspsychologie	4	5
Data Analytics I	6	5
Testdesign & Surveys	4	5
Business English	4	5
Gesamt		30

3. Semester (Aufbauphase)

Modul	SWS	CPs
Sozialpsychologie	4	5
Organisationspsychologie	4	5
Personalpsychologie	4	5
Qualitative Forschungsmethoden	4	5
Data Analytics II	6	5
Advanced Business English	4	5
Gesamt		30

4. Semester (Aufbauphase)

Modul	SWS	CPs
Unternehmenskommunikation und -transformation	4	5
Markt- und Konsumentenpsychologie	4	5
Ingenieurpsychologie	4	5
Experimentelle Forschung und agile Arbeitstechniken	4	5
Wirtschaftsethik und digitale Welt	4	5
Wahlpflichtmodul 1	4	5
Gesamt		30

5. Semester (Praxis- und Vertiefungsphase)

Modul	SWS	CPs
Praktikum 18 Wochen		20
Praxisseminar	4	5
Wahlpflichtmodul 2	4	5
Gesamt		30

6. Semester (Praxis- und Vertiefungsphase)

Modul	SWS	CPs
Vertiefungsmodul 1	10	15
Wahlpflichtmodul 3	12	15
Gesamt		30

7. Semester (Bachelorarbeit)

Modul	SWS	CPs
Vertiefungsmodul 2	10	15
Bachelorarbeitsseminar	2	3
Bachelorarbeit		12
Gesamt		30

II. Verwendete Abkürzungen

AWP	Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtfächer
BA	Bachelorarbeit
CP	Credit Point(s)
FWP	Fachwissenschaftliche Wahlpflichtfächer
LV	Lehrveranstaltung
MündP	Mündliche Prüfung
Pf	Portfolioprüfung
Pr	Lehrveranstaltungsform: Praktikum
PrBer	Praxisbericht aus prakt. Studiensemester
Präd. m.E.	Prädikat „mit Erfolg“
Präd. o.E.	Prädikat „ohne Erfolg“
Präs	Präsentation
S	Lehrveranstaltungsform: Seminar
Sem.	Semester
SchrP	Schriftliche Prüfung
StA	Studienarbeit (schriftlicher Bericht)
SU	Lehrveranstaltungsform: Seminaristischer Unterricht
SWS	Semesterwochenstunden
Ü	Lehrveranstaltungsform: Übung

III. Modulbeschreibungen

1. Allgemeine Psychologie: Lernen, Motivation, Emotion

Englischer Titel	General Psychology: Learning, Motivation, Emotion		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 1. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Module Allgemeine Psychologie: Wahrnehmung, Kognition, Gedächtnis, Differentielle Psychologie & Diagnostik, Personalpsychologie, Arbeitspsychologie, Ingenieurpsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
Dozent:in	Prof. Dr. Simone Kubowitsch, Dr. Julie Zenner		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Die Veranstaltung gibt einen Überblick über einen Ausschnitt der wichtigsten allgemeinspsychologischen Theorien und Befunde in den drei Feldern Lernen, Motivation und Emotion. Themen der Veranstaltung sind u.a.: • Grundlegende Begriffe, Konzepte und Theorien der allgemeinen Psychologie in den Bereichen Lernen, Motivation und Emotion • Neurobiologische Grundlagen von Lernen, Motivation und Emotion • Anwendung psychophysiologischer Messinstrumente zur Analyse von Lern-, Motivations- und Emotionsprozessen • Grundlagen und Anwendung der Lernpsychologie (Klassische Konditionierung, Operante Konditionierung, Modelllernen) • Grundlagen und Anwendung der Motivationspsychologie (Unterscheidung Motive/Bedürfnisse und Motivation; Inhaltstheorien und Prozesstheorien der Motivationspsychologie) • Grundlagen und Anwendung der Emotionspsychologie (physiologische, konzeptuelle und Verhaltensaspekte von Emotionen, Modelle zur Emotionsentstehung und -regulation)		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden...		

	• erlangen im Rahmen des Moduls ein fundiertes Wissen über den aktuellen Forschungsstand in grundlegenden Themenbereichen der Allgemeinen Psychologie. • erwerben fundierte Kenntnisse über die unterschiedlichen Methoden und Theorien in den inhaltlichen Bereichen Lernen, Motivation und Emotion • können neurowissenschaftliche Grundlagen, Theorien und Messmethoden erläutern. • benennen, erklären und unterscheiden die zentralen theoretischen Konstrukte im Rahmen der allgemeinen Psychologie. • benennen und beschreiben die wichtigsten Experimente in diesem Feld. • beschreiben typische Anwendungsbereiche allgemeinspsychologischen Grundlagenwissens aus den Bereichen Lernen, Motivation und Emotion und verdeutlichen diese. • geben typische Forschungszugänge allgemeinspsychologischer Studien und Experimente wieder und vergleichen diese. Fertigkeiten: Die Studierenden... • erläutern grundlegendes psychologisches Wissen aus den Themenbereichen Lernen, Motivation und Emotion, ordnen dieses ein und verdeutlichen es bezüglich verschiedener Anwendungskontexte. • unterscheiden zwischen psychologischen Hypothesen und Theorien einerseits und empirischen Befunden und Forschungsergebnissen aufgrund von Experimenten andererseits. • interpretieren einfache Forschungsbefunde. • üben evidenzbasiertes Argumentieren an Beispielsituationen. Kompetenzen: Die Studierenden... • beurteilen den Stellenwert von allgemeinspsychologischen Theorien für die Theorieentwicklung in den verschiedenen Grundlagen- und Anwendungsbereichen der Psychologie. • sind dazu in der Lage, allgemeinspsychologische Faktoren, die menschliches Erleben und Verhalten beeinflussen, aus allgemeinen Modellen und wissenschaftlichen Experimenten herzuleiten. • nutzen diese Erkenntnisse für die Beobachtung, Beschreibung und Erklärung individuellen Erleben und Verhaltens von Menschen in Bezug auf die beschriebenen Lerninhalte.
Lehr- und Lernmethoden	• Synchrone und asynchrone Wissensvermittlung • Seminaristisch und Übungen
Literatur	• Kiesel, A. & Spanda, H. (2018). Lehrbuch Allgemeine Psychologie. Hogrefe. • LeFrancois, G. (2015). Psychologie des Lernens. Springer. • Müssler, J. & Rieger, M. (2017). Allgemeine Psychologie. Springer. • Woolfolk, A. & Schönpflug, U. (2014). Pädagogische Psychologie. Pearson.

2. Einführung in die Wirtschaftspsychologie

Englischer Titel	Introduction to Business Psychology		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 1. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Module Personalpsychologie, Arbeitspsychologie, Ingenieurpsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Sarah Hatfield		
Dozent:in	Prof. Dr. Simone Kubowitsch, Prof. Dr. Sarah Hatfield		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5 h	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten: . / .	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	• Zentrale Themen der Wirtschaftspsychologie in Forschung und Praxis • Abgrenzung zu Nachbardisziplinen • Psychologie makro- und mikroökonomischer Prozesse • Psychosoziale Funktionen der Erwerbsarbeit		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • kennen grundlegende Begriffe und Konstrukte der Psychologie und speziell der Wirtschaftspsychologie. • benennen und erklären exemplarische Berufsfelder für Wirtschaftspsycholog:innen. • beschreiben zentrale Forschungsthemen, aktuelle theoretische Perspektiven und Forschungsfelder der Wirtschaftspsychologie. Fertigkeiten: Die Studierenden... • ordnen zentrale Aspekte menschlichen Erlebens und Handelns in der Arbeitswelt ein. • recherchieren eigenständig und bereiten wirtschaftspsychologische Grundbegriffe und Konstrukte auf. • wenden wirtschaftspsychologische Konstrukte vor dem Hintergrund unterschiedlicher Menschenbilder an. Kompetenzen: Die Studierenden... • reflektieren kritisch über Anwendungen zentraler psychologischer Konstrukte in der Arbeitswelt.		

	• präsentieren wissenschaftliche Inhalte und deren Bedeutung für die praktische Anwendung in der Arbeitswelt. • nehmen Lernfortschritten wahr und können mit konstruktiv-kritischen Rückmeldungen umgehen.
Lehr- und Lernmethoden	• Peer-Instruction • Seminaristischer Unterricht
Literatur	• Wiswede, G. (2012): Einführung in die Wirtschaftspsychologie. Ernst Reinhardt Verlag. • Moser, K. (2015): Wirtschaftspsychologie. Springer.

3. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Englischer Titel	Fundamentals in Business		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 1. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer		
Dozent:in	Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): .f.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	• Einführung in die Veranstaltung: Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe • Organisationen • Unternehmensformen • Unternehmensumfeld • Business Modelling und Start-Up • Strategisches Management • Produktion • Materialwirtschaft, Logistik und Supply Chain • Marketing & Sales • Finanzwirtschaft und Finanzierung • Controlling und internes Rechnungswesen • Leadership & Klausurvorbereitung		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • besitzen grundlegende Kenntnisse der Wissenschaftstheorie. • benennen und beschreiben zentrale Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (z.B. Organisationsprinzipien, Buchführung). Fertigkeiten: Die Studierenden... • können Aufgaben, Teilbereiche und Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre klar definieren und voneinander abgrenzen. • benennen Rechtsformen für Unternehmen und bewerten sie auf deren Vor- und Nachteile hin.		

	• verstehen grundlegende strategische, organisatorische und personelle Entscheidungen im Unternehmen. • benennen finanzwirtschaftliche Prozesse und diskutieren unterschiedliche Sichtweisen auf den finanziellen Erfolg eines Unternehmens. • erörtern wesentliche Teilschritte der operativen Leistungserstellung und stellen Zusammenhänge her. • erkennen wesentliche Schritte der Organisationstätigkeit und des Einflusses der Digitalisierung (z.B. Data Analytics) auf Unternehmen. Kompetenzen: Die Studierenden... • fügen zentrale Bereiche der BWL zu einem Gesamtbild wirtschaftlicher Aktivitäten zusammen. • verstehen Unternehmen als sozio-technische Gebilde. • wenden Berechnungslogiken in Produktionsplanung, Preisfindung, Controlling, Rechnungswesen & Finanzierung etc. entscheidungsorientiert an • diskutieren das Gelernte und wenden es anhand aktueller, praktischer Fälle an. Dabei vertreten sie ihre Sichtweisen und Analyseergebnisse argumentativ.
Lehr- und Lernmethoden	• Frontalunterricht mit Übungsaufgaben und Fallstudien • Diskussionen über aktuelle Fallstudien aus der Grundlagenliteratur
Literatur	• Jones, G. R., & Bouncken, R. B. (2008). <i>Organisation: Theorie, Design und Wandel</i>. Pearson Deutschland GmbH. • Straub, T. (2015). <i>Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. Pearson Deutschland GmbH. • Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2021). <i>Strategisches Management. Eine Einführung. Analyse, Entscheidungen und Umsetzung</i>, Pearson Deutschland GmbH.

4. Wirtschaftsmathematik

Englischer Titel	Mathematical Economics		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 1. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Module Data Analytics I, Data Analytics II. Das Modul kann grundsätzlich in allen Studiengängen eingesetzt werden, die mathematische Grundlagen benötigen, wie z.B. wirtschafts- oder ingenieurwissenschaftliche Studiengänge.		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Dr. Stefan Jansen		
Dozent:in	Prof. Dr. Wolfgang Bischof, Dr. Stefan Jansen		
SWS Umfang	6		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 67,5	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 31	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 10
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 Min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme- voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung		
	Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Die Veranstaltung vermittelt die Grundlagen der Wirtschaftsmathematik und bietet eine Einführung in die Datenanalyse mit der Statistiksoftware „R“. Damit wird das Fundament für die beiden Data Analytics-Vorlesungen gelegt. Themen der Veranstaltung sind u.a.: • Aussagenlogik • Mengen • Summen • Kombinatorik • Reelle Funktionen • Exponential- und Logarithmusfunktionen • Differenzialrechnung in einer Veränderlichen • Integralrechnung mit einer Veränderlichen • Beschreibende Statistik • Einführung in R • Datenanalyse mit R: Daten visualisieren, Datentransformation, explorative Datenanalyse, Datenimport, Daten bereinigen und Umfragen auswerten		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • verfügen über mathematisches Wissen in den oben genannten Themen, • kennen einen ganzen Katalog von grafischen und numerischen Möglichkeiten, um Daten zusammenzufassen, zu beschreiben und explorativ zu erkunden.		

	Fertigkeiten: Die Studierenden... • verstehen Probleme in mathematischer Sprache. • übersetzen einfache Anwendungsprobleme unter Anleitung in mathematische Sprache. • wenden Verfahren der Wirtschaftsmathematik, auch mit Hilfe geeigneter Software, an. • übertragen gelerntes mathematisches Wissen auf einfache Transferaufgaben. • erstellen beschreibende Statistiken händisch und mit einer Statistiksoftware. Die Studierenden können mit der Statistiksoftware „R“ computergestützte Datenanalyse betreiben. Dies beinhaltet: • das Einlesen von Daten aus unterschiedlichen Datenquellen, den Umgang mit verschiedenen Datentypen und mit fehlenden Werten, die Datenselektion und die Definition neuer Variablen. • die Nutzung der Hilfefunktion, um sich mit der Syntax und den Möglichkeiten von bekannten und unbekannten R-Funktionen vertraut zu machen. Kompetenzen: Die Studierenden... • bewerten mathematische Modelle eigenständig für praktische, quantitative Anwendungsprobleme. • analysieren und vergleichen die Güte von verschiedenen mathematischen Verfahren. • benutzen Lehrbuchliteratur zur Ergänzung und Vertiefung der mathematischen Themen aus den Vorlesungen. • erkennen, welche beschreibenden - grafischen oder numerischen - Statistiken für einen Datensatz aus der Praxis am besten dazu geeignet sind, dem Leser und der Leserin einen möglichst guten und informativen Eindruck vom Datenmaterial zu verschaffen. • beschreiben und erklären ihre Vorschläge zur Datenanalyse für wirtschaftspsychologische Fragestellungen.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristische Lehre in Übungsveranstaltungen • Peer Instruction • JITT (Just In Time Teaching) • Selbstständiges Bearbeiten von Übungsaufgaben
Literatur	Zur Auffrischung des Schulstoffs: • Dürrschnabel, K., Dürr, R., Erben, W., Gercken, M., Lunde, K., Wurth, R., Zimmermann, M. (2019). So viel Mathe muss sein! Gut vorbereitet in ein WiMINT-Studium. Springer Spektrum. • Purkert, W. (2014). Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (8. Aufl.). Springer Gabler. • OMB+-Kurs (www.ombplus.de) Literatur ergänzend zur Vorlesung: • Arens, T., Hettlich F., Karpfinger C., Kockelkorn U., Lichtenegger K., Stachel H. (2018). Mathematik (4. Aufl.). Springer Spektrum. • Opitz, O.; Etschberger, S.; Burkart, W.R.; Klein R. (2017). Mathematik, Lehrbuch für das Studium der Wirtschaftswissenschaften (12. Aufl.). De Gruyter Studium Oldenbourg. • Röpcke, H., Wessler, M. (2012). Wirtschaftsmathematik. Hanser. • Tietze, J. (2013). Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik: Das praxisnahe Lehrbuch – inklusive Brückenkurs für Einsteiger (17. Aufl.). Springer Spektrum. • Matloff, N. (2011). The Art of R Programming: A Tour of Statistical Software Design. No starch press. • Whickham, H., Golemund, G. (2017). R for Data Science: Import, Tidy, Transform, Visualize, and Model Data. O'Reilly. Und noch eine Empfehlung für alle, die sich für weitere Anwendungen der Mathematik interessieren (mit QR-Code-Referenzen zu etwa 400 Lehrvideos, in denen der Stoff vom Autor erklärt wird): • Weitz, E. (2018). Konkrete Mathematik (nicht nur) für Informatiker. Mit vielen Grafiken und Algorithmen in Python. Springer Spektrum.

5. Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden

Englischer Titel	Philosophy of Science and Scientific Methods		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 1. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Module Bachelorarbeitsseminar, Qualitative Forschungsmethoden, Testdesign & Surveys, Markt- und Konsumentenpsychologie, Sozialpsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Hariet Köstner		
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner / Prof. Dr. Peter Cocron / Prof. Dr. Hariet Köstner / Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 30	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 40	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 14,75	Prüfungszeit (min): 15 min (Präs)
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Pf (StA 3-9 S., 50% + Präs 5-15 min, 50%)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Pf (StA + Präs)		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Die Veranstaltung vermittelt einen Einblick in den Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens: • Grundlagen der Wissenschaftstheorie • Wissenschaftliches Vorgehen zur Erkenntnisgenerierung • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens • Schreibtechniken • Einblick in ausgewählte empirische Erhebungsmethoden • Einblick in statistische Auswertung und Interpretation von statistischen Ergebnissen • Präsentationsmöglichkeiten der Ergebnisse in unterschiedlichen Kontexten		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • beschreiben grundlegende Vorgehensweisen zum wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn. • benennen und erklären grundlegende wissenschaftstheoretische Modelle und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens. • haben formale Methoden wie Zitiertechnik, Stil und Aufbau einer Seminararbeit bzw. Fallstudie verinnerlicht.		

	- stellen die Funktionsweise von Citavi dar. Fertigkeiten: Die Studierenden... - können sich selbstständig anhand der erlernten wissenschaftlichen Methoden in ein bestimmtes Thema einarbeiten, recherchieren, es kritisch hinterfragen, statistische Ergebnisse wiedergeben und es anschließend für die Vorstellung vor anderen Personen aufarbeiten und die eigene Lösung in der Diskussion verteidigen. - verfassen eine wissenschaftliche Arbeit eigenständig. Kompetenzen: Die Studierenden... - erfassen, bewerten und argumentieren folgerichtig von unterschiedlichen Sichtweisen. - schätzen Argumenten aus verschiedenen Quellen ein und validieren diese. - können ein Forschungsdesign inkl. empirischer Auswertungsmethoden unter Berücksichtigung angemessener Erhebungsmethoden sowie ethischer Aspekte aufsetzen. - beherrschen die geeignete Operationalisierung abstrakter Sachverhalte. - organisieren Teamaufgaben zielgerichtet und vertreten eigene Vorschläge argumentativ.
Lehr- und Lernmethoden	- Interaktiver seminaristischer Unterricht mit Übungen - Bearbeitung von Fallstudien und Präsentation der Ergebnisse vor der gesamten Gruppe - Coaching durch Dozenten
Literatur	- Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation (5. Auflage). Springer. - Ebster, C. & Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. UTB. - Huber, O. (2019). Das psychologische Experiment: Eine Einführung (7. Auflage). Bern: Huber. - Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften. Springer. - Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. Vahlen.

6. Einführung ins Marketing-Management

Englischer Titel	Introduction to Marketing Management		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 1. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Modul Markt- und Konsumentenpsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Hariet Köstner		
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner, Prof. Dr. Klaus Kellner, Prof. Dr. Hariet Köstner, Prof. Dr. Manfred Uhl		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): .f.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	• Begriff, Bedeutung und Funktionen des Marketings • Marketing-Management-Prozess • Konsumentenverhalten • Formen des Marketing-Mix (z. B. Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik) • Digitalisierung und internationaler Rahmen		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • kennen die Bedeutung und die grundlegenden Funktionen des Marketing-Managements. • benennen und erklären relevante Begrifflichkeiten sowie den Marketing-Management-Prozess mit seinen wesentlichen Elementen. • beschreiben zentrale operative Instrumente im Marketing-Management und Grundlagen der Markenführung. Fertigkeiten: Die Studierenden... • sind in der Lage, die strategische Bedeutung des Marketing-Managements einzuschätzen und in die anderen unternehmerischen Hauptfunktionen einzuordnen. • können Bedürfnisse, Einstellungen und Verhalten der Kunden verstehen und für die Entwicklung einer Marketingstrategie nutzen.		

	• erkennen die Bedeutung von Marken und legen deren Funktionen dar und schätzen diese ein. • sind in der Lage, einen Marketing-Mix aus Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik an der strategischen Zielsetzung auszurichten und operativ sinnvolle Instrumente für die Umsetzung auszuwählen. • Erkennen die besondere Rolle der Preispolitik und können Preis-Absatz-Funktionen und Preiselastizitäten interpretieren • schätzen die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Marketing-Management ein und erkennen zentrale Rahmenbedingungen im internationalen Kontext. Kompetenzen: Die Studierenden... • haben die Kompetenz, die Bedeutung des Marketing-Managements für eine wertorientierte Unternehmensführung einzuschätzen und einzubringen. • können Marketing-Konzeptionen grundsätzlich entwickeln, strategisch einordnen und kritisch bewerten. • diskutieren das Gelernte und wenden es anhand aktueller, praktischer Fälle an. Dabei vertreten sie ihre Sichtweisen und Analyseergebnisse argumentativ.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristischer Unterricht • Übungen
Literatur	• Bruhn, M. (2019). Marketing (15. Auflage). SpringerGabler. • Burmann, C. (2018). Identitätsbasierte Markenführung (3.Aufl.), SpringerGabler. • Hollensen, S. (2020). Global Marketing (8th ed.), Pearson. • Kotler, P. (2019). Grundlagen des Marketing (7.Aufl). Pearson. • Kotler, P (2017). Marketing 4.0. Campus. • Meffert H. (2019). Marketing (13. Aufl.). SpringerGabler.

7. Allgemeine Psychologie: Wahrnehmung, Kognition, Gedächtnis

Englischer Titel	General Psychology: Perception, Cognition, Memory		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 2. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Module Differentielle Psychologie & Diagnostik, Markt- und Konsumentenpsychologie, Personalpsychologie, Ingenieurpsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Eva Lermer		
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner / Prof. Dr. Eva Lermer		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): .f.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine Psychologie: Lernen, Motivation Emotion erfolgreich absolviert		
Inhalt	Die Veranstaltung gibt einen Überblick über einen Ausschnitt der wichtigsten allgemeinpsychologischen Theorien und Befunde. Themen der Veranstaltung sind u.a.: • Grundlegende Begriffe, Konzepte und Theorien der allgemeinen Psychologie in den Bereichen Wahrnehmung, Kognition und Gedächtnis • Physiologische, psychologische und biopsychologische Grundlagen der Wahrnehmung (visuell, auditiv, taktil, olfaktorisch und gustatorisch); absolute Reizschwelle und Unterschiedsschwelle sowie Methoden der Schwellenbestimmung • Theorien und Befunde zu Prozessen des Problemlösens wie zur Denk- und Entscheidungspsychologie • Speichermodell des Gedächtnisses; Verarbeitung, Speicherung, Abruf von Informationen und Gedächtnisverzerrungen		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden ... • erlangen ein fundiertes Wissen über den aktuellen Forschungsstand in grundlegenden Themenbereichen der Allgemeinen Psychologie. • benennen die unterschiedlichen allgemeinpsychologischen Methoden und Theorien in den inhaltlichen Bereichen Wahrnehmung, Kognition und Gedächtnis. • benennen und beschreiben die wichtigsten Experimente in diesem Feld. • beschreiben und unterscheiden die zentralen theoretischen Konstrukte im Rahmen der allgemeinen Psychologie.		

	• erläutern und vergleichen die typischen Anwendungsbereiche allgemeinspsychologischen Grundlagenwissens aus den Bereichen Wahrnehmung, Kognition und Gedächtnis. Fertigkeiten: Die Studierenden ... • sind dazu in der Lage, grundlegendes psychologisches Wissen aus den Themenbereichen Wahrnehmung, Kognition und Gedächtnis darzulegen. • geben typische Forschungszugänge allgemeinspsychologischer Studien und Experimente wieder und vergleichen diese • unterscheiden hierbei zwischen psychologischen Hypothesen und Theorien einerseits und empirischen Befunden und Forschungsergebnissen andererseits. • leiten selbstständig Hypothesen aus Theorien ab und erproben wissenschaftliches Argumentieren. Kompetenzen: Die Studierenden... • sind in der Lage, den Stellenwert von allgemeinspsychologischen Theorien für die Theorieentwicklung in den verschiedenen Grundlagen- und Anwendungsbereichen der Psychologie abzuschätzen und zu beurteilen. • können allgemeinspsychologische Faktoren, die menschliches Erleben und Verhalten beeinflussen, aus allgemeinen Modellen und wissenschaftlichen Experimenten herleiten und nutzen diese Erkenntnisse für die Beobachtung, Beschreibung und Erklärung individuellen Erlebens und Verhaltens von Menschen in Bezug auf die beschriebenen Lerninhalte. • leiten aus der Introspektion zu den Themenfeldern Wahrnehmung, Kognition und Gedächtnis Impulse für die eigene Weiterentwicklung und Gestaltung von Lern- und Arbeitsprozessen ab.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristischer Unterricht • Übungen
Literatur	• Gerrig, R. (2018). Psychologie mit E-Learning "MyLab-Psychologie" (21. Aufl.). Pearson. • Kiesel, A. & Spanda, H. (2018). Lehrbuch Allgemeine Psychologie. Hogrefe. • Myers, D. G. (2015). Psychologie. Springer. • Zimbardo, P., Johnson, R. L., McCann, V., & Reiss, M. (2016). Schlüsselkonzepte der Psychologie (7. Aufl.). Pearson.

8. Differentielle Psychologie & Diagnostik

Englischer Titel	Differential Psychology & Diagnostics		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 2. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Module Testdesign & Surveys, Personalpsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
Dozent:in	Prof. Dr. Simone Kubowitsch, N.N.		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung		
	Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine Psychologie: Lernen, Motivation, Emotion		
Inhalt	Differentielle Psychologie • Grundlagen der differentiellen Psychologie und der Persönlichkeitspsychologie • Überblick zu Theorien und ausgewählten Bereichen der Persönlichkeit (inkl. biologischer Grundlagen der Persönlichkeit) • Struktur- und Prozessmodelle der Intelligenz • Ursachen interindividueller Differenzen (genetische Faktoren und Umweltfaktoren) • Wechselwirkung von Person und Umwelt • Persönlichkeitsentwicklung Diagnostik • Einführung in die Diagnostik • Gütekriterien diagnostischer Instrumente • Der diagnostische Prozess und diagnostische Methoden • Diagnostische Urteile und Entscheidungen • Evaluation diagnostischer Vorgehensweisen • Ethische Aspekte • Überblick zur Leistungs- und Eignungsdiagnostik im wirtschaftspsychologischen Kontext • Biopsychologische Untersuchungsmethoden		
Qualifikationsziele	Kenntnisse Die Studierenden ...		

	• geben einen Überblick zu Persönlichkeitstheorien und Modellen der Intelligenz. • beschreiben Einflussfaktoren auf die Persönlichkeitsentwicklung. • erklären zentrale biologische Theorien und Forschungsansätze (Genetik, Zwillings- und Adoptionsstudien, Anlage-Umwelt-Debatte, biologische Prozesse, Evolution) • skizzieren die Grundlagen der psychologischen Diagnostik. • zeigen die Bedeutung von Gütekriterien diagnostischer Verfahren auf. • beschreiben den diagnostischen Prozess von der Klärung der Fragestellung bis hin zur Evaluation. • stellen die Vor- und Nachteile unterschiedlicher diagnostischer Methoden abgewogen dar. Fertigkeiten Die Studierenden... • nehmen aus Modellen und Theorien der differentiellen Psychologie Ableitungen für Forschung und Praxis vor. • beschreiben und analysieren interindividuelle Unterschiede. • können diagnostische Methoden anhand von Gütekriterien bewerten, eigenständig durchführen und auswerten. Kompetenzen Die Studierenden... • können Messinstrumente entsprechend einer konkreten wirtschaftspsychologischen Fragestellung eigenständig auswählen, anwenden, auswerten und interpretieren. • evaluieren eignungsdiagnostische Entscheidungen mit geeigneten Untersuchungsdesigns, Methoden und statistischen Auswerteverfahren (in gemeinsamen Studienprojekten mit Data Analytics I). • leiten aus der Selbsterfahrung mit diagnostischen Instrumenten Impulse für die eigene persönlichkeitsorientierte Weiterentwicklung ab. • vertreten eigene Vorschläge für Problemlösungen für praxisorientierte diagnostische Fragestellungen argumentativ, entwickeln diese nach einem Feedback weiter und finden in Gruppendiskussionen einen optimierten Konsens.
Lehr- und Lernmethoden	• Synchrone und asynchrone Wissensvermittlung • Seminaristisch und Übungen • Studienprojekte
Literatur	• Asendorpf, J. (2018). Psychologie der Persönlichkeit (6. Aufl.). Springer. • Kanning, U. P. (2019). Standards der Personal diagnostik (2. überarb. u. erw. Aufl.). Hogrefe. • Maltby, J., Day, L. & Macaskill, A. (2011). Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz. Pearson. • Schmidt Atzert, L., & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik (5. Aufl.). Springer. • Rezensionen zu Testverfahren (https://www.bdp-verband.de/publikationen/testrezensionen)

9. Arbeitspsychologie

Englischer Titel	Work Psychology		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 2. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Peter Cocron		
Dozent:in	Prof. Dr. Peter Cocron / Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand (h)	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Allgemeine Psychologie: Lernen, Motivation, Emotion, Einführung in die Wirtschaftspsychologie		
Inhalt	• Grundlagen der Arbeitspsychologie • Modelle des Arbeitshandelns • Konzepte und Methoden der Arbeitsanalyse und -bewertung (z.B. Erfassung von Lärm) • Konzepte und Methoden der Ergonomie und Arbeitsplatzgestaltung • Arbeitsmotivation und Arbeitszufriedenheit • Arbeitssicherheit (z.B. Unfallanalysen) und Gesundheit (u.a. auch physiologische Grundlagen von Stress) • New Work und Digitalisierung: Veränderungen von Arbeitsanforderungen, -tätigkeiten und -belastungen		
Qualifikationsziele	Kenntnisse Die Studierenden... • benennen, beschreiben und vergleichen die wichtigsten Theorien, Modelle sowie Experimente und Erkenntnisse der Arbeitspsychologie. • zeigen Methoden der Arbeitsanalyse und -bewertung auf und vergleichen diese. • skizzieren Mechanismen der Handlungsregulation. • erläutern psychologische Aspekte zur Gestaltung von Arbeitsplätzen. Fertigkeiten Die Studierenden... • können arbeitspsychologische Analysemethoden und Interventionen wissenschaftlich begründet bewerten und strukturieren.		

	• wenden arbeitspsychologische Methoden und Instrumente an, interpretieren Ergebnisse und leiten Handlungsempfehlungen ab. • erstellen Untersuchungspläne zur Messung psychischer Belastungen und Beanspruchungen am Arbeitsplatz, bewerten Ergebnisse solcher Analysen und identifizieren Interventionsbedarfe. • beschreiben Auswirkungen von New Work und Digitalisierung und leiten Interventionen ab. Kompetenzen: Die Studierenden... • wenden arbeitspsychologische Methoden und Instrumente im organisationalen Kontext entsprechend definierten Fragestellungen zielgerichtet an. • entwickeln experimentelle Designs zur Untersuchung von Arbeitsplätzen. • gestalten motivationsförderliche und gesunde Arbeitsplätze. • setzen sich mit zukünftigen Entwicklungen der Arbeitswelt und deren Auswirkungen auf Arbeitsplätze auseinander und entwickeln vorausschauend Konzepte und Maßnahmen. • vertreten eigene Vorschläge für Problemlösungen für arbeitspsychologische Fragestellungen argumentativ und setzen fachliches Feedback in Optimierungen um. • organisieren Teamaufgaben zielgerichtet.
Lehr- und Lernmethoden	• Synchrone und asynchrone Wissensvermittlung • Übungen und Fallstudien
Literatur	• Bamberg, E., Mohr, G., Busch, C. G. (2012). Arbeitspsychologie. Hogrefe. • Kauffeld, S. (Hrsg.) (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Springer • Nerdinger, F. W., Blickle, G., Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Aufl.). Springer. • Sonntag, Kh., Frieling, E. & Stegmaier, R. (2012). Lehrbuch Arbeitspsychologie. (3., vollst. überarb. Aufl.). Hans Huber.

10. Data Analytics I

Englischer Titel	Data Analytics I		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 2. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Die Themenbereiche sind für das Modul Data Analytics II im Studiengang Wirtschaftspsychologie relevant. Das Modul kann grundsätzlich in allen Studiengängen eingesetzt werden, die stochastische Grundlagen und Grundlagen der elektronischen Datenanalyse benötigen, wie z.B. wirtschafts-, oder ingenieurwissenschaftliche Studiengänge oder Studiengänge der Mathematik und Informatik.		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Wolfgang Bischof		
Dozent:in	Prof. Dr. Wolfgang Bischof		
SWS Umfang	6		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 67,5	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 31	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung: 10
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten: ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 Min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung		
	Empfohlene Voraussetzungen: Bestehen des Moduls Wirtschaftsmathematik		
Inhalt	Die Veranstaltung vermittelt die Grundlagen der statistischen Datenanalyse, das sind die Wahrscheinlichkeitstheorie und die Statistik. Es wird eine Vielzahl von Hypothesentests, die auch nicht-parametrische Alternativen und Verteilungstests beinhalten, besprochen. Auch wird vermittelt, wie man die Tests mit der Statistiksoftware R durchführt. Themen der Veranstaltung sind u.a.: • Elementare Wahrscheinlichkeitsrechnung • Zufallsvariablen und Erwartungswerte • Spezielle Verteilungen • Zentraler Grenzwertsatz • Parameterschätzung (Bereichsschätzer) • Hypothesentests (t-Tests, Verteilungstests, Chi-Quadrat-Tests, Wilcoxon-Rangsummentests, Kruskal-Wallis-Test, Korrelationstests) • Teststärke • Effektstärke		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • haben ein fundiertes Wissen über elementare Wahrscheinlichkeitstheorie und die Schätz- und Testverfahren der schließenden Statistik. • kennen die Befehle und Möglichkeiten der Statistiksoftware R für elementare Berechnungen der Wahrscheinlichkeitstheorie und für die Schätz- und Testverfahren der Statistik.		

	Fertigkeiten: Die Studierenden... • können wahrscheinlichkeitstheoretische Berechnungen durchführen. • führen statistische Schätzungen und Tests mit realen Daten in R durch. • berechnen Test- sowie Effektstärken mit R. Kompetenzen: Die Studierenden... • sind in der Lage, selbstständig zu entscheiden, welche wahrscheinlichkeitstheoretischen Modelle und welche statistischen Tests in praktischen Beispielen zu verwenden sind und erkennen, wo die Grenzen dieser Modelle und Tests sind. • können sich - mit Hilfe von Literatur - selbst neue statistische Methoden aneignen, sie kritisch bewerten und sie schließlich in der Praxis unter Verwendung statistischer Software einsetzen. • erläutern verbal Ergebnisse von Tests und interpretieren diese bezogen auf die wissenschaftlichen Fragestellungen.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristische Lehre in Übungsveranstaltungen • Peer Instruction • JITT (Just In Time Teaching) • Selbstständiges Bearbeiten von Übungsaufgaben
Literatur	• Bühner, M., Ziegler M. (2017), Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler: Grundlagen und Umsetzung mit SPSS und R (2. Auflage). Pearson. • Fahrmeir, L., Künstler, R., Pigeot, I. und Tutz, G. (2016). Statistik. Der Weg zur Datenanalyse (8. Auflage). Springer Spektrum. • Georgii, H.-O. (2015). Stochastik. Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik (5. Auflage). De Gruyter Lehrbuch (2009) • Krenzel, U. (2005). Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik (8. Auflage), Vieweg+Teubner. • Lehn, J., Wegmann, H. (2006). Einführung in die Statistik (5. Auflage). BG Teubner. • Matloff, N. (2011). The Art of R Programming: A Tour of Statistical Software Design. No starch press. • Ross, S.M. (2020). Introduction to Probability and Statistics for Engineers and Scientists, Academic Press ; 6. Edition • Krämer, W. (2015). So lügt man mit Statistik. Neuauflage. Campus Verlag. • Hadley Wickham, Mine Cetinkaya-Rundel, H., Golemund, G. (2023). R for Data Science: Import, Tidy, Transform, Visualize, and Model Data. O'Reilly, second edition. Und als Nachtlektüre: • Krämer, W. (2015). So lügt man mit Statistik. Neuauflage. Campus Verlag.

11. Testdesign & Surveys

Englischer Titel	Test Design & Surveys		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 2. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Module Bachelorarbeitsseminar, Sozialpsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer		
Dozent:in	Prof. Dr. Simone Kubowitsch, Prof. Dr. Mahena Stief, Prof. Dr. Eva Lerner, Prof. Dr. Wolfgang Bischof, Dr. Stefan Jansen, Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 30	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 40	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 14,75	Prüfungszeit (h): Präs 15 min
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Pf (StA 3-9 S., 50% + Präs 5-15 min, 50%)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Pf (StA + Präs)		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden, Differentielle Psychologie & Diagnostik		
Inhalt	• Grundlagen der Testtheorie • Prozess und Prinzipien der Testkonstruktion • Itemanalysen • Ermittlung von Testgütekriterien • Planung, Entwicklung und Durchführung von Surveys		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • erläutern Testtheorien in Grundzügen. • können die einzelnen Schritte der Testkonstruktion aufzeigen und erläutern. • sind in der Lage, das Design und die Durchführung von Surveys darzustellen. • können mathematisch-statistische Verfahren zur Bestimmung der Reliabilität und Validität diagnostischer Instrumente aufzeigen. • verfügen über Kenntnisse zur statistischen Analyse quantitativer Erhebungsmethoden Fertigkeiten: Die Studierenden... • führen eigenständig einzelne Schritte der Konstruktion psychologischer Tests (wie Itemanalysen und die Bestimmung von Gütekriterien) durch. • planen Surveys, erheben Daten und werten diese hypothesengeleitet zur weiteren Interpretation aus.		

	- gehen lösungsorientiert mit spezifischen Aspekten (wie Antwortverhalten, Motivation und Non-Response) bei der Gestaltung von Tests und Surveys um. Kompetenzen: Die Studierenden... - übertragen die gewonnenen Kenntnisse und Fertigkeiten auf eigene Studienprojekte. - beziehen die Bedarfe und Perspektiven von Stakeholdern bei der Planung von Umfragen mit ein und gestalten die Interaktion mit allen Beteiligten. - entwickeln maßgeschneiderte Designs und Vorgehensweisen für Surveys in der Praxis und berücksichtigen erfolgskritische Voraussetzungen für die Anwendung. - werten die erhobenen Daten aus und interpretieren diese hinsichtlich statistischer und inhaltlicher Güte - stellen Konzeptionen in adressatenorientierten Präsentationen vor und integrieren Feedback sinnvoll in Überarbeitungen von Konzeptionen. - organisieren Gruppenarbeit zielgerichtet.
Lehr- und Lernmethoden	- Synchrone und asynchrone Wissensvermittlung - Übungen und Studienprojekte
Literatur	- Dillman, D. A., Smyth, J. D. & Christian, L. M. (2014). Internet, mail, and mixed-mode surveys. The tailored design method (4. ed.). John Wiley. - Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften (5. Aufl.). Springer. - Faulbaum, F., Prüfer, P. & Rexroth, M. (2009). Was ist eine gute Frage? Die systematische Evaluation der Fragenqualität. VS Verlag. - Gollwitzer, M. & Jäger, R. S. (2014). Evaluation kompakt. Beltz. - Moosbrugger, H. & Kelava, A. (2012). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion. Springer. - Porst, R. (2014). Fragebogen: Ein Arbeitsbuch (4. Aufl.). Springer. - Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik (5. Aufl.). Springer.

12. Business English

Englischer Titel	Business English		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	1. Studienjahr, 2. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Englisch		
Modulverantwortliche:r	Elizabeth Quinn-Kolland		
Dozent:in	Elizabeth Quinn-Kolland		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 45,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 30
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 28	Prüfungszeit (min): 45
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Pf (MündP 15min, 30% + SchrP 45min, 40% + Simulation 30min, 30%)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Pf (MündP + SchrP + Simulation)		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung		
	Empfohlene Voraussetzungen: Level B1 Englischkenntnisse		
Inhalt	Berufsbezogenes Fachenglisch auf Level B2		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • verfügen über einen grundlegenden Wortschatz im Bereich Business Englisch. • eignen sich die relevante Terminologie für wirtschaftspsychologische Themenschwerpunkte an. • frischen ihre Grammatikkenntnisse auf. Fertigkeiten: Die Studierenden... • wenden Sprachmittel und Techniken zur mündlichen Verhandlung auf Englisch sicher an. • präsentieren und überzeugen souverän in der Fremdsprache. • wenden Techniken für Interviews/Pitches mit internationalen Gesprächspartnern an. • kommunizieren zielgruppengerecht in der schriftlichen Kommunikation der Fremdsprache. Kompetenzen: Die Studierenden... • nutzen Ressourcen und Applikationen zur Verwendung von berufsbezogenem Englisch im Beruf. • gehen sicher und souverän mit der Fremdsprache in allen relevanten beruflichen Kontexten um.		

	• erlangen eine hohe Sprachkompetenz und -sicherheit. • gehen souverän mit internationalen und multikulturellen Teams und Kontexten um.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristischer Unterricht • Anwendungsorientierte Sprachdidaktik
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

13. Sozialpsychologie

Englischer Titel	Social Psychology		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 3. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Modul Organisationspsychologie. Nur im BA Wirtschaftspsychologie.		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Mahena Stief		
Dozent:in	Prof. Dr. Mahena Stief, Prof. Dr. Dr. Palmer, Prof. Dr. Lermer		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden und Testdesign, Surveys und Evaluation		
Inhalt	Es werden klassische und aktuelle Theorien, Forschungsmethoden und Themenbereiche der Sozialpsychologie in diesem Modul behandelt. Hierbei werden grundlegende sozialpsychologische Studien thematisiert und diskutiert. Sozialpsychologische Erkenntnisse werden angewandt. Forschungsmethoden werden in kleinen Anwendungen und Projekten umgesetzt und eingeübt. Themen: • Einführung in die Sozialpsychologie: Gegenstand und Forschungsmethoden • Soziale Kognition • Das Selbst und die soziale Identität • Einstellungen, Stereotype und Vorurteile • Sozialer Einfluss und Verhalten in Gruppen • Intergruppenverhalten • Aggression • Prosoziales Verhalten • Angewandte Sozialpsychologie und aktuelle Themen (z.B. Kultur, agiles Arbeiten, KI)		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • erklären zentrale Theorien und Modelle der Sozialpsychologie. • charakterisieren die Anwendungsbereiche einer Theorie. • benennen sozialwissenschaftliche Forschungsergebnisse und aktuelle Befunde der Sozialpsychologie und vergleichen diese.		

	• wissen um die gängigen Forschungsmethoden von sozialpsychologischen Studien und um die Reichweite von Forschungsergebnissen. • benennen und beschreiben die wichtigsten Experimente in diesem Feld. • erklären die Grundzüge empirischer Wissenschaften am Beispiel sozialpsychologischer Themenfelder. Fertigkeiten: Die Studierenden... • wenden sozialpsychologische Theorien auf Beispiele an. • analysieren menschliches Verhalten und Erleben in sozialen Kontexten, d. h. sie identifizieren, beschreiben und erklären Verhalten und Erleben und vergleichen dabei die Qualität von sozialpsychologischen Theorien. • erproben wissenschaftliches Argumentieren bzgl. sozialpsychologischer Theorien, Modelle, Experimente und Forschungskonzepte angewandt auf Praxissituationen. • analysieren sozialpsychologische Forschungspublikationen. • unterscheiden Forschungszugänge am Beispiel von neuen und klassischen sozialpsychologischen Studien und Experimenten. • entwickeln Lösungsansätze für einfache Forschungsfragestellungen. • setzen ausgewählte Erhebungsmethoden partiell um. Kompetenzen: Die Studierenden... • reflektieren eigene Kognitionen, Emotionen und Verhaltensweisen vor dem Hintergrund sozialpsychologischer Erklärungszusammenhänge. • entwickeln und üben eine deskriptiv-distanzierte Haltung bei der Darstellung von Praxisfällen ein und nehmen diese Haltung in Teamb Diskussionen ein. • verfassen Zusammenfassungen von Forschungsstudien und -experimenten und prüfen und beurteilen diese. • vertreten eigene Vorschläge für Problemlösungen für sozialpsychologische Fragestellungen argumentativ, entwickeln diese nach einem Feedback weiter und finden in Gruppendiskussionen einen optimierten Konsens.
Lehr- und Lernmethoden	• Synchron und asynchrone Wissensvermittlung • Seminaristischer Unterricht mit Anwendungen und Übungen, einzeln und in Gruppenarbeit
Literatur	• Fischer, P., Asal, K. & Krüger, J. (2013). Sozialpsychologie. Springer. • Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2005). Social psychology, 8. Auflage. Pearson. • Jonas, K., Stroebe, W. & Hewstone, M. (Hrsg.) (2014). Sozialpsychologie, 6. Auflage. Springer. • Kessler, T., Fritzsche, I. (2018). Sozialpsychologie. Springer. • Reis, H. T., & Judd, C. M. (2000). Handbook of research methods in social and personality psychology. Cambridge University Press. • Stürmer, S. (2009). Sozialpsychologie. UTB Basics. • Skripte und Literaturhinweise der Dozentin

14. Organisationspsychologie

Englischer Titel	Organisational Psychology		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 3. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Eva Lermer		
Dozent:in	Prof. Dr. Eva Lermer		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand (h)	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit: 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung: 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Keine		
Inhalt	Themen: • Theoretische Ansätze der Organisationspsychologie • Organisationsdiagnose • Organisationsentwicklung & Change Management • Digitale Transformation • Organisationsklima & -kultur • Führungskonzepte • Teamarbeit: Kooperation, Konflikt, Kreativität Inhalte umfassen die theoretische und praktische Auseinandersetzung mit empirischen Studien, einschließlich ihrer methodischen Grundlagen, Datenanalysen und der Interpretation von Ergebnissen für organisationspsychologische Fragestellungen. Das Modul legt einen Schwerpunkt auf die Vermittlung von Methoden und Kenntnisse zur Bewertung empirischer Studien und ihrer Anwendung für organisationspsychologische Interventionen.		

Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • erklären zentrale Theorien und Modelle der Organisationspsychologie. • benennen sozialwissenschaftliche Forschungsergebnisse und aktuelle, empirische Befunde der Organisationspsychologie. • kennen neurobiologischer und biopsychologische Grundlagen z. B. hinsichtlich Entscheidungsprozessen sowie der Auswirkungen von Stress auf kognitive und emotionale Prozesse bei Mitarbeitenden (hierzu zählt auch die Kenntnis zu Messinstrumenten zur Verhaltensanalyse wie etwa der Einsatz von Biosensoren zur Messung physiologischer Parameter) • verstehen die Methodik und Relevanz empirischer Studien in der Organisationspsychologie und erkennen deren Bedeutung für die Entwicklung evidenzbasierter Interventionsmaßnahmen. • benennen Beispiele klassischer und aktueller empirischer Studien in der Organisationspsychologie und erläutern deren methodische Ansätze sowie zentrale Ergebnisse. Fertigkeiten: Die Studierenden... • wenden organisationspsychologische Theorien auf Beispiele an. • analysieren menschliches Verhalten und Erleben in Organisationen und vergleichen verschiedene theoretische Zugänge zu organisationspsychologischen Fragestellungen • analysieren empirische Studienergebnisse kritisch, bewerten deren Übertragbarkeit auf verschiedene organisationspsychologische Kontexte und interpretieren diese für Praxisanwendungen. • ordnen Transformationskonzepte für organisationale Veränderungen ein, bewerten diese und beurteilen Maßnahmenpläne kritisch auch hinsichtlich verschiedener Anwendungssituationen. • entwickeln Lösungsansätze für einfache Praxisfragestellungen und vertreten diese argumentativ. • setzen ausgewählte Diagnosemethoden, Evaluationsschritte und Interventionen partiell in Konzeptionen um (hierzu zählt die Fertigkeit empirische Datenanalyseverfahren zu verstehen und zu reflektieren). • Kompetenzen: Die Studierenden... • reflektieren die Anforderungen an die mögliche künftige Rolle in diesen Kontexten vorausschauend und leiten persönliche Lernschritte ab. • beurteilen die Qualität von empirischen Studien anhand wissenschaftlicher Gütekriterien und leiten Handlungsempfehlungen aus den Ergebnissen ab • erstellen adressatenorientiert eigene Konzeptionen, stellen diese vor und vertreten sie argumentativ.
Lehr- und Lernmethoden	• Peer-Instruction • seminaristischer Unterricht • Analyse und kritische Diskussion aktueller empirischer Studien im Kontext der Organisationspsychologie • Flipped Classroom • Fallstudienarbeit mit Schwerpunkt auf der Interpretation und Diskussion empirischer Ergebnisse • Gastvorträge
Literatur	• Kauffeld, S. (2019): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Springer. • Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2008). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer. • Skripte und Literaturhinweise der Dozentin

15. Personalpsychologie

Englischer Titel	Personnel Psychology		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 3. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
Dozent:in	Prof. Dr. Simone Kubowitsch, N.N.		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Allgemeine Psychologie, Differentielle Psychologie & Diagnostik		
Inhalt	• Personalentwicklung / Kompetenzentwicklung • Aufgaben und Herausforderungen der Personalpsychologie • Personalmarketing und Mitarbeiterrekrutierung • Personalauswahl und Potenzialdiagnostik • Leistungsbeurteilung • Talent Management • Personalführung • Gesundheitsförderung • Möglichkeiten der Digitalisierung in der Personalpsychologie		
Qualifikationsziele	Kenntnisse Die Studierenden... • erläutern zentrale Forschungsgegenstände, Theorien und Anwendungsgebiete der Personalpsychologie. • zeigen psychometrische und weitere Instrumente und Verfahren der Personalauswahl sowie der Potenzialdiagnostik auf und bewerten diese. • legen Vor- und Nachteile einzelner Beurteilungsverfahren dar. • sind instande den Prozess der Entwicklung, Durchführung und Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen wiederzugeben. Fertigkeiten Die Studierenden... • reflektieren und beurteilen kritisch Theorien, Methoden und Modelle anhand vorliegender Befunde und erörtern ihre Anwendbarkeit in der Praxis.		

	• ordnen Arbeitsfelder der Personalpsychologie in den strategischen und operativen Kontext von profit- und non-profit Organisationen ein. • entwerfen Handlungsoptionen für Fragestellungen der Personaldiagnostik, Leistungsbeurteilung und Personalentwicklung und untersuchen diese datengestützt. • bewerten die Möglichkeiten der Digitalisierung (wie HR Analytics) in der Personalpsychologie anhand wissenschaftlicher Kriterien und ordnen diese ein. Kompetenzen Die Studierenden... • erarbeiten Lösungen für konkrete praktische Fragestellungen in den Bereichen Personalrekrutierung, Personalmarketing, Personalauswahl und -diagnostik sowie Kompetenzmanagement und Personalentwicklung und bewerten diese. • stellen adressatenorientiert eigene Konzeptionen vor und vertreten diese argumentativ. • reflektieren vorausschauend die Anforderungen an die mögliche künftige berufliche Rolle in diesen Kontexten und leiten persönliche Lernschritte ab.
Lehr- und Lernmethoden	• Synchron und asynchrone Wissensvermittlung • Flipped Classroom • Übungen / Fallstudien
Literatur	• Kauffeld, S. (Hrsg.) (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Springer • Schuler, H. (2014). Psychologische Personalauswahl. Eignungsdiagnostik für Personalauswahl und Berufsberatung (4. Aufl.). Hogrefe. • Schuler, H. & Kanning, U. P. (2018). Lehrbuch der Personalpsychologie. Hogrefe. • Sonntag, Kh. (Hrsg.) (2016). Personalentwicklung in Organisationen: Psychologische Grundlagen, Methoden und Strategien (4. vollst. überarb. u. erw. Aufl.). Hogrefe.

16. Qualitative Forschungsmethoden

Englischer Titel	Qualitative Research Methods		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 3. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Modul Bachelorarbeitsseminar		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Barbara Eschner		
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner / Prof. Dr. Peter Cocron		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 30	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 40	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 14,75	Prüfungszeit (min): Präs 15 min
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Pf (StA 3-9 S., 50% + Präs 5-15 min, 50%)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Pf (StA + Präs)		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden		
Inhalt	• Grundlagen qualitativer Forschung • Qualitativer Forschungsprozess und Untersuchungsplanung • Datenerhebungsmethoden (Interview, Beobachtung, Gruppendiskussion, Fotografie und Video, projektive und kreative Techniken, (N)Ethnografie; jeweils analog und digital) • Aufbereitungsverfahren • Auswertungsmethoden (qualitative Inhaltsanalyse, Grounded Theory, Hermeneutik) • Computergestützte Analyse		
Qualifikationsziele	Kenntnisse Die Studierenden... • erläutern den Unterschied von qualitativer und quantitativer Forschung und benennen wesentliche Merkmale qualitativer Forschung. • können qualitative Forschungsprozesse differenziert beschreiben. Fertigkeiten Die Studierenden... • schätzen ein, welche wirtschaftspsychologische Fragestellungen sich für einen qualitativen Forschungsansatz eignen. • wählen geeignete qualitative Methoden in Abhängigkeit von der Fragestellung aus. • planen qualitative Untersuchungen systematisch. • können unterschiedliche Datenerhebungsverfahren anwenden. • können einen Interviewleitfaden erstellen, Interviews durchführen und transkribieren.		

	• können Rohdaten mit geeigneten Auswertungsmethoden analysieren. Kompetenzen Die Studierenden... • führen selbständig eine qualitative Untersuchung durch. • sind dazu in der Lage Qualitative Forschungsansätze und -ergebnisse wissenschaftlich zu diskutieren und fachlich zu bewerten. • können die Ergebnisse zielgruppengerecht aufbereiten, vertreten ihre Konzeptionen und Ergebnisse argumentativ. • organisieren Gruppenarbeit zielorientiert.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristisch • Übungen • Projektarbeit
Literatur	• Howitt, D. (2019). Introduction to qualitative research methods in psychology. Pearson UK. • Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften (2. Aufl.). Springer. • Kirchmair, R. (2021). Qualitative Forschungsmethoden. Springer. • Kuckartz, U. (2018). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (4. Aufl.). Beltz Juventa. • Mayring, P. (2016). Einführung in die qualitative Sozialforschung (6. Aufl.). Beltz. • Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. Beltz.

17. Data Analytics II

Englischer Titel	Data Analytics II		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 3. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Das Modul kann grundsätzlich für alle Studiengänge eingesetzt werden, die fortgeschrittene Methoden der Statistik und der elektronischen Datenanalyse enthalten, wie z.B. wirtschafts-, oder ingenieurwissenschaftliche Studiengänge oder Studiengänge der Mathematik und Informatik.		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Wolfgang Bischof		
Dozent:in	Prof. Dr. Wolfgang Bischof		
SWS Umfang	6		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 67,5	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 31	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 10
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten: .i.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 Min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Bestehen der Module Wirtschaftsmathematik, Data Analytics I		
Inhalt	Die Veranstaltung vermittelt fortgeschrittene Methoden der statistischen Datenanalyse und deren Umsetzung in einer Statistiksoftware. Außerdem bietet die Vorlesung eine Einführung in das Tabellenkalkulationsprogramm Excel. Themen der Veranstaltung sind u.a.: • Lineare Modelle (mit den beiden Spezialfällen: einfache lineare Regression und einfache Varianzanalyse) • Multivariate lineare Regression, mehrfache Varianzanalyse und Mischformen hiervon • Logistische Regression • Entscheidungsbäume • Variablenselektion • Einführung in Excel • Fortgeschrittene Datenanalyse in R (Zeichenketten und Faktoren)		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • benennen und erklären eine Vielzahl von linearen Modellen, darunter die lineare Regression, die Varianzanalyse und die logistische Regression		

	und wissen, wie man diese mit R durchführt und wie man deren Voraussetzungen prüft. • kennen Entscheidungsbäume und wissen, wie man diese interpretiert. • kennen das Tabellenkalkulationsprogramm Excel und wissen, wie man es im beruflichen Alltag einsetzen kann Fertigkeiten: Die Studierenden können mit der Statistiksoftware „R“ computergestützte Datenanalyse betreiben. Dies beinhaltet: • die Auswahl und Anwendung der in der Lehrveranstaltung erlernten Methoden und das Ziehen von Schlüssen aus den Analysen. • die Überprüfung der Voraussetzungen der linearen Modelle. • einen sinnvollen Umgang mit Datentypen, wie Zeichenketten und Faktoren Kompetenzen: Die Studierenden... • erkennen in praktischen Problemstellungen, welche statistische Methoden anzuwenden sind und können die Ergebnisse wissenschaftlich fundiert interpretieren. • hinterfragen die Methodenauswahl, die Gültigkeit der Voraussetzungen und die abgeleiteten Ergebnisse kritisch. • sind in der Lage, die statistischen Analysen der wirtschaftspsychologischen Fachliteratur zu replizieren. • erstellen modellbasierte Prognosen, bewerten kritisch die Modellgüte und überprüfen die Modellannahmen. • erkennen die Fallstricke in der statistischen Analyse und wissen, wie man mit Overfitting umgeht. • beschreiben und erklären statistische Planungen und Analysen, argumentieren dabei fundiert und vertreten ihre Sichtweise in Gruppenarbeiten. Sie beziehen Feedback sinnvoll in die Überarbeitung von Konzeptionen ein.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristische Lehre in Übungsveranstaltungen • Peer Instruction • JITT (Just In Time Teaching) • Selbstständiges Bearbeiten von Übungsaufgaben
Literatur	• Hastie, T., Tibshirani, R., Friedman, J. (2009), The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction (Second Edition). Springer. • James, G., Witten D., Hastie, T., Tibshirani, R. (2021), An Introduction to Statistical Learning: with Applications in R (Second Edition). Springer. • Matloff, N. (2011). The Art of R Programming: A Tour of Statistical Software Design. No starch press. • Hadley Wickham, Mine Cetinkaya-Rundel, H., Golemund, G. (2023). R for Data Science: Import, Tidy, Transform, Visualize, and Model Data. O'Reilly, second edition.

18. Advanced Business English

Englischer Titel	Advanced Business English		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 3. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Englisch		
Modulverantwortliche:r	Elizabeth Quinn-Kolland		
Dozent:in	Elizabeth Quinn-Kolland		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 30	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 40	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 15	Prüfungszeit (min): -
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Pf (MündP 15min, 40% + StA 5 S., 20% + Simulation 30min, 40%)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Pf (MündP + StA + Simulation)		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Voraussetzungen gem. Studien- und Prüfungsordnung: Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Business English“ Empfohlene Voraussetzungen: Sprachlevel B2		
Inhalt	Berufsbezogenes Fachenglisch auf Level C1		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • verfügen über einen vertiefenden Wortschatz im Bereich Business English und Business Psychology. • eignen sich die relevante Terminologie und Fachsprache für wirtschaftspsychologische Methoden und Fragestellungen an. • wenden Verhandlungs-, Präsentations- und Interviewtechniken in der Fremdsprache an. Fertigkeiten: Die Studierenden... • treten sprachlich in Meetings, Gesprächen und Verhandlungen sicher auf. • präsentieren, interviewen und pitchten erfolgreich in der Fremdsprache. • lesen und verstehen Fallstudien und Fachliteratur in der Fremdsprache. • beherrschen zielgruppengerechtes Texten im Englischen: CV's, Memos, Mails, Protokolle, Berichte u.a. Kompetenzen: Die Studierenden... • verwenden berufsbezogenem Englisch barrierefrei im Arbeitsumfeld. • setzen die Fremdsprache sicher und souverän in allen relevanten beruflichen Kontexten um.		

	• gehen bewusst und erfolgreich mit multikulturellen Teams, Organisationen und Kontexten um.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristisch • Anwendungsorientierte Sprachdidaktik
Literatur	Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

19. Unternehmenskommunikation und -transformation

Englischer Titel	Corporate Communication and Transformation		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 4. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Modul Organisationspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Frank Danzinger		
Dozent:in	Prof. Dr. Manfred Uhl; Prof. Dr. Frank Danzinger		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Das Modul besteht aus den Teilen Unternehmenskommunikation (Prof. Uhl) und Unternehmenstransformation (Prof. Danzinger): Teil 1 Unternehmenskommunikation: • Begriffsverständnis und Stakeholderorientierung • Teilbereiche der Unternehmenskommunikation (Marketingkommunikation, Interne Kommunikation, Public Relations, Investor Relations) • Ausgewählte Handlungsfelder (z. B. Veränderungskommunikation) und Formen (z. B. Content Marketing) der Unternehmenskommunikation • Kommunikationsmanagement • Mediennutzung und Medien-/Kommunikationswirkung • Unternehmenskultur, Identität, Corporate Brand und Employer Brand Teil 2 Unternehmenstransformation: • Digitale Transformation - Konsequenz einer sich wandelnden Umwelt • Digitale Identität - Herausforderung für jede:n Einzelne:n • Grenzenlose Unternehmen - Impuls und Impulsgeber • Digitale und datengetriebene Unternehmen als Zielbild • Ansätze und Werkzeuge des Managements von Transformationsprozessen • Orte der und für Transformation		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • erklären die elementaren Hintergründe, die strategische Relevanz und die Hauptfunktionen moderner Unternehmenskommunikation.		

	• beschreiben die Bereiche, typische Handlungsfelder und gängigen Instrumente in der Unternehmenskommunikation. • können Erkenntnisse über Mediennutzung verstehen und für das Kommunikationsmanagement nutzen. • benennen und erläutern zentrale Begriffe und Klassifikationen im Kontext der Digitalisierung und Digitalen Transformation. • kennen die Leitbilder der „grenzenlose Organisation“ und des „datengetriebenen Unternehmens“. • unterscheiden zentrale Rahmenwerke und Werkzeuge der digitalen Transformation. • verstehen die Bedeutung des Zusammenspiels von Unternehmenskommunikation und Unternehmenstransformation. Fertigkeiten: Die Studierenden... • planen systematisch die Kommunikationsarbeit und berücksichtigen dabei zielspezifische Erfolgsfaktoren sowie zielgruppenspezifische Formate. • verstehen die Bedeutung einer Unternehmenskultur und der identitätsbasierten Markenführung. • beschreiben zentrale Leitbilder und aktuelle Veränderungen in Organisationen differenziert und ordnen diese ein. • können zentrale Werkzeuge der Transformation beschreiben und Umsetzungsprozesse in der Praxis begleiten. Kompetenzen: Die Studierenden... • schätzen die kommunikative Begleitung strategisch relevanter Unternehmensziele und Veränderungsprozesse ein. • sind in der Lage, stakeholder-spezifische Kommunikation systematisch zu planen, auszuarbeiten und anzuwenden. • sind in der Lage, eigenständig Transformationsprozesse von Unternehmen zu analysieren und zu bewerten. • vertreten ihre Argumente und Analyseergebnisse in kurzen Präsentationen und Gruppendiskussionen und integrieren fundiertes Feedback sinnvoll in die eigenen Konzepte.
Lehr- und Lernmethoden	• Interaktiver seminaristischer Unterricht mit Übungen und Fallstudienarbeit
Literatur	Teil 1: • Burmann, C., Halaszovich, T. & Hemmann, F. (2012). Identitätsbasierte Markenführung. Springer Gabler. • Esch, F.-R., Tomczak, T., Kernstock, J., Langner, T. & Redler, J. (Hrsg.) (2019), Corporate Brand Management. Springer Gabler. • Kirf, B., Eicke, K.-N. & Schömburg, S. (2018). Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation. Springer Gabler. • Mast, C. (2019). Unternehmenskommunikation. uvk. • Rommerskirchen, J. & Roslon, M. (2020). Einführung in die moderne Unternehmenskommunikation. Springer Gabler. • Schick, S. (2014). Interne Unternehmenskommunikation. Schäffer Poeschel. • Zerfaß, A., Piwinger, M. & Röttger, U. (Hrsg.) (2019). Handbuch Unternehmenskommunikation. Springer Gabler. Teil 2: • Gassmann, O. & Sutter, P. (2019). Digitale Transformation gestalten. Geschäftsmodelle, Erfolgsfaktoren, Checklisten. Hanser. • Picot A., Reichwald, R., Wigand, R., Möslin K.M., Neuburger, R. & Neyer A.-K. (2020). Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation & Führung. Springer. • Reinhardt, K. (2020). Digitale Transformation der Unternehmung. Springer. • Rogers, D. L. (2017). Digitale Transformation. mitp.

20. Markt- und Konsumentenpsychologie

Englischer Titel	Market and Consumer Psychology		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 4. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Barbara Eschner		
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner / Prof. Dr. Hariet Köstner		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Grundlagen • Begriffsbestimmungen • Marktpsychologie als empirische Wissenschaft • Soziale Rollenverteilung im Markt (Anbieter, Konsumenten, Institutionen), • Zusammenhang zwischen Marketing und Marktforschung (Marktforschung als Mittel zur Unterstützung betriebswirtschaftlicher Erfolgsprognosen) • Marktpsychologie zur Evaluierung absatzpolitischer Instrumente (Produktgestaltung, Preispolitik, Werbung, Vertrieb) • Psychologische Determinanten: Wahrnehmung, Emotionen, Motivation, Lernen • Umweltdeterminanten: physische und soziale Umwelt der Konsumenten, Medienumwelt • Überblick über Messverfahren und Studientypen, Vertiefung durch Fallstudien. • Entscheidungsmodelle, Behavioral Economics, rationale und irrationale Entscheidungen Anwendungen (Fallstudien): • Werbung und Werbewirkung • Preisforschung • Kaufverhalten • Produktgestaltung • Medien und Mediennutzung		

Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • haben ein Basiswissen über marktpsychologische Fragestellungen. • beschreiben die Bedeutung der psychologischen Untersuchungsmethodik im Kontext von betriebswirtschaftlich motivierten empirischen Fragestellungen im Laufe eines Produktlebenszyklus. • haben sowohl methodische als auch thematische Kenntnisse auf dem Gebiet der Markt- und Konsumentenforschung und verstehen die Bedeutung der Schnittstelle zwischen dem psychologischen Grundlagenwissen und dem Anwendungsbereich der psychologischen Marktforschung. • hinterfragen Forschungsmethodik und Ethik im Marketing kritisch. Fertigkeiten: Die Studierenden... • wenden die grundlegenden Methoden marktpsychologischer Untersuchungen falladäquat an. • verdeutlichen und vergleichen Zugänge der psychologischen Marktforschung und deren Themengebiete und Fragestellungen. • haben die psychologischen und methodischen Kenntnisse, um die Wirkung von Marketingmaßnahmen auf Konsumenten einzuschätzen und diese vergleichend und kritisch zu reflektieren (z.B. Konzepttests, Kommunikationstests). • entwerfen Studienkonzepte für die Analyse verschiedenster Marketingmaßnahmen. • analysieren Werbung und schlagen kreativ alternative Kommunikationsstrategien in Werbung vor. Kompetenzen: Die Studierenden... • beurteilen Konsumentenentscheidungen aus psychologischer Perspektive und vertreten ihre Analysen argumentativ. • wenden Erkenntnisse aus der allgemeinen Psychologie auf den Kontext Markt und Konsument:in an. • reflektieren ihr eigenes Konsumverhalten und sind in der Lage, dessen Steuerung durch marketingpolitische Maßnahmen besser zu verstehen. • analysieren, interpretieren und bewerten Marktforschungsstudien korrekt. • analysieren Werbung, Produktverpackungen und Shop-Gestaltung unter psychologischen Aspekten und geben Empfehlungen zu Optimierungen.
Lehr- und Lernmethoden	• Lehrvideos • Fallstudien • Übungen • Gastvorträge
Literatur	• Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Springer. • Foscht, T. (2017). Käuferverhalten: Grundlagen - Perspektiven - Anwendungen. 6. Auflage. Springer Gabler • Hoffmann, S., & Akbar, P. (2018). Konsumentenverhalten – Konsumenten verstehen. Marketingmaßnahmen gestalten. Springer. • Koch, J., & Riedmüller, F. (2021). Marktforschung. De Gruyter. • Köstner, H. (2023). Empirische Forschung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften klipp & klar. Springer Gabler. • Kreis, H., Wildner, R., Kuß, A. (2021): Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse. 7. Auflage. Springer Gabler • Kroeber-Riel, W., Weinberg, P. & Gröppel-Klein, A. (2009). Konsumentenverhalten. 9. Auflage. Vahlen. • Lennerts, S., Tomczak, T. & Kuß, A. (2021). Käuferverhalten. 5. Auflage. UVK.

21. Ingenieurpsychologie

Englischer Titel	Engineering Psychology and Human Factors		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 4. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Peter Cocron		
Dozent:in	Prof. Dr. Peter Cocron		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 43,5	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 40	Prüfungszeit (min): 90
Prüfungsform und Gewichtung der Note	SchrP (90 min); 100%		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene SchrP		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Abgelegte Module: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Allgemeine Psychologie: Lernen, Motivation, Emotion und Allgemeine Psychologie: Wahrnehmung, Kognition, Gedächtnis		
Inhalt	Die Studierenden erlangen einen generellen Überblick über das Fach Ingenieurpsychologie und sie lernen die Grundprinzipien von Mensch-Maschine-Interaktionen kennen. Zentrale Teilgebiete von Human Factors / Ingenieurpsychologie werden vertiefend behandelt. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Methoden der Ingenieurpsychologie zu. Neben theoretischen und methodischen Grundlagen und deren Anwendung an ausgewählten Beispielen werden aktuelle Forschungsstände diskutiert. Themen sind u.a.: • Einführung in die Ingenieurpsychologie • Methoden der Ingenieurpsychologie (z.B. Experimente, Simulationen) • Mensch-Maschine-Systeme • Usability und User Experience • Fehler, Unfälle und deren Erfassung • Assistenz und Automatisierung • Informationsverarbeitung des Menschen in der Interaktion mit technischen Systemen • Analyse und Bewertung von Arbeitssystemen in Bezug auf ingenieurpsychologische Fragestellungen		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • benennen und erklären grundlegende ingenieurpsychologische Konzepte.		

	• beschreiben grundlegende ingenieurpsychologische Methoden und Experimente und verdeutlichen diese an Beispielen. • ordnen die Beschäftigung mit Mensch-Maschine-Systemen in einen historisch-soziologischen Rahmen ein • beschreiben Forschungs- und Anwendungsimplicationen auch aus technisch-naturwissenschaftlicher Perspektive • übertragen die Grundlagentheorien aus psychologischen Grundlagendisziplinen auf technische Fragestellungen. Fertigkeiten: Die Studierenden... • wenden psychologische Grundlagen der Bewertung und Gestaltung von Mensch-Maschine-Systemen selbstständig auf einfache Praxisbeispiele an und leiten Interventionsvorschläge ab. • beschreiben und analysieren ingenieurpsychologische Problematiken. • wenden ihre Kenntnisse zu Forschungsmethoden auf ausgewählte ingenieurpsychologische Fragestellungen an. • leiten aus gesammelten Informationen wissenschaftliche Urteile ab und diskutieren diese mit anderen Studierenden. Kompetenzen: Die Studierenden... • benennen, angewandt auf Praxissituationen und vor dem Hintergrund interdisziplinärer Zusammenarbeit, den Beitrag der Ingenieurpsychologie und vertreten ihren Standpunkt. • konzeptionieren selbstständig kleine experimentelle Untersuchungen bzw. Gestaltungskonzeptionen. Sie planen deren Durchführung und Auswertung bzw. Evaluation. • bewerten neue Technologien zielgerichtet unter Einbezug von Erkenntnissen der psychologischen Grundlagendisziplinen.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristischer Unterricht • Übungen
Literatur	• Badke-Schaub, P., Hofinger, G. & Lauche, K. (2011). Human Factors, Psychologie des sicheren Handelns in Risikobereichen (2. Aufl.). Springer. • Salvendy, G. (2012). Handbook of human factors and ergonomics (4th ed.). John Wiley & Sons. • Vollrath, M. (2015). Ingenieurpsychologie. Psychologische Grundlagen und Anwendungsgebiete. Kohlhammer. • Wickens, C. D., Hollands, J. G., Banbury, S., Parasuraman, R. (2013). Engineering Psychology & Human Performance (4th Ed.). Pearson. • Literaturempfehlungen der Dozent:innen

22. Experimentelle Forschung & agile Arbeitstechniken

Englischer Titel	Experimental Research and agile working Techniques		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 4. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Modul Bachelorarbeitsseminar		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Peter Cocron		
Dozent:in	Prof. Dr. Peter Cocron / Prof. Dr. Barbara Eschner		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 30	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 40	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 14,75	Prüfungszeit (h): 15
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Pf (StA 3-9 S., 50% + Präs 5-15 min, 50%)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Pf (StA + Präs.)		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Grundlagen: - Experiment und Quasi-Experiment, Test- und Kontrollgruppen, Abgrenzung nicht-experimentelle Erkenntnismethoden - Unabhängige, Abhängige, Störvariablen, Kontrolltechniken - A/B Testing - Versuchspläne, Messwiederholungen, statistische Verfahren - Stichprobengrößen - Klassische psychologische Experimente und ihre Ergebnisse - Agile Arbeitstechniken und ihre Anwendung, Scrum Anwendungen: - Experimentelle Forschungsdesigns in Fallstudien - Mediennutzungsstudien und ihre Forschungsdesigns - Agile Arbeitstechniken: Iterative Produktentwicklung		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... - lernen Grundbegriffe experimenteller Forschung kennen und gewinnen ein Verständnis über die Bedeutung des Experiments in der wirtschaftspsychologischen Forschung. - verstehen moderne, agile Arbeitstechniken und deren Bedeutung in Organisationen. Fertigkeiten: Die Studierenden... - entwerfen eigene Experimentalpläne für konkrete wirtschaftspsychologische Fragestellungen.		

	• können experimentelle Vorgehensweisen nachvollziehen, ihre Ergebnisse interpretieren und Grenzen der Erkenntnis aus konkreten Experimenten nachvollziehen. • verstehen die Notwendigkeit zur Kontrolle von Störvariablen. Kompetenzen: Die Studierenden... • erarbeiten und bewerten Lösungen für konkrete praktische Fragestellungen in unterschiedlichen wirtschaftspsychologischen Feldern. • stellen eigene experimentelle Designs vor und vertreten diese argumentativ. • erheben Daten in experimentellen Settings • werten selbst erhobene Daten (inferenz-)statistisch aus • üben das logische Schlussfolgern. • sind in der Lage, agile Arbeitstechniken anwendungsorientiert in eigene Projekte zu übersetzen (iteratives Arbeiten, Zeitpläne, Rollen und Aufgaben, agile Werte), zu bewerten und zu analysieren.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristisch • Übungen
Literatur	• Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation (5. Auflage). Springer. • Heller, J. (2012). Experimentelle Psychologie: Eine Einführung. Oldenbourg. • Hussy, W. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften. Springer. • Bittrich., K., Blankenberger, S. (2011) Experimentelle Psychologie - ein Methodenkompendium. Beltz.

23. Wirtschaftsethik und digitale Welt

Englischer Titel	Business Ethics and digital World		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 4. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. László Kovács		
Dozent:in	Prof. Dr. László Kovács, Dr. Julia Krumme		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 35	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): ./.
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 45	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 24	Prüfungszeit (min): 60
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Pf (Fallbesprechung 60 min, 50% + Dokumentation 4-8 S., 50%)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Pf (Fallbesprechung + Dokumentation)		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Das Modul besteht aus einem seminaristischen Unterrichtsteil und aus Übungen (beide Teile umfassen je 2 SWS). Das Seminar teilt sich in drei Themenblöcke: • Im ersten Teil werden Grundbegriffe der Ethik und der Moral geklärt und anschließend auf klassische Theorien der Ethik und deren Denkweisen eingegangen • Im zweiten Teil werden konkrete Themen aus der alltäglichen Praxis der Wirtschaftspsychologie in ethischer Perspektive bearbeitet, dazu gehören Fragen der Gerechtigkeit ebenso wie das Verhältnis von moralischen und rechtlichen Normen und die Thematisierung zugrundeliegende Menschenbilder • Im dritten Teil werden Möglichkeiten der institutionellen Verankerung normativer Reflexion vorgestellt und Formen der Ethikberatung thematisiert • Die Übungen schließen sich inhaltlich an die Seminare an und bearbeiten jeweils lebensweltliche moralische Konflikte der Wirtschaftspsychologie mit einer vorgegebenen Methode der ethischen Fallbesprechung		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • kennen die zentralen Begriffe der Ethik. • kennen die wichtigsten Ethiktheorien, ihre Vertreter und ihre Argumentationslinie. Fertigkeiten: Die Studierenden... • erkennen moralische Urteile im Kontext der Wirtschaftspsychologie.		

	• unterscheiden normative von faktischen Aussagen sowie relativistische von universalistischen Ansprüchen. • erläutern etablierte Normen anhand von bekannten Ethiktheorien. • benennen die Rolle der Normen im Kontext der Wirtschaftspsychologie. • erkennen den Beitrag philosophischer Gerechtigkeitskonzepte und Konzepte der Privatheit für die Praxis der Wirtschaftspsychologie. • beurteilen Praktiken der Wirtschaftspsychologie auf Grundlage von normativ ethischen Kriterien und Standards. • beurteilen differenziert Werte und Ziele der Wirtschaftspsychologie. Kompetenzen: Die Studierenden... • beschreiben, interpretieren und differenzieren klassische Ethiktheorien und transferieren diese auf praktische Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie. • überprüfen und evaluieren normative Aussagen und abstrahieren deren Begründungen. • generieren Begründungen für eigene normative Aussagen - in Bezug auf praktische Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie. • führen einen sachlich fundierten Diskurs über moralische Probleme und Wertkonflikte in der Wirtschaftspsychologie. • können der Entwicklung von Professionskodizes beitragen.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristisch (Input und Diskussion) • Übungen (Fallbesprechungen und Gruppenarbeiten)
Literatur	• Hepfer, K. (2008). Philosophische Ethik. Eine Einführung. Vandenhoeck & Ruprecht. • Herold, N. (2012). Einführung in die Wirtschaftsethik. Wissenschaftliche Buchgesellschaft. • Höffe, O. (2013). Ethik. Eine Einführung. C.H. Beck. • Lenk, H. (1992). Wirtschaft und Ethik. Reclam. • Quante, M. (2013). Einführung in die Allgemeine Ethik. Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

24. Wahlpflichtmodul 1

Englischer Titel	Elective Course 1		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	2. Studienjahr, 4. Semester		
Modulart	Wahlpflichtmodul		
Veranstaltungsformat	Angabe richtet sich nach gewählter Lehrveranstaltung		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Angabe wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
Dozent:in	Angabe wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	150 h (nähere Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht)		
	Präsenzzeit (h): ./.	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): ./.	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): ./.
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): ./.	Prüfungszeit (min): ./.
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Die Studierenden belegen im Rahmen des Studiums insgesamt 3 Wahlpflichtmodule. Diese sind laut Studienplan für das 4., 5. und 6. Semester vorgesehen. Wahlpflichtfächer werden frei sowohl aus dem fachbezogenen Wahlpflichtfach-Katalog (FWP-Katalog) für Bachelor Wirtschaftspsychologie als auch aus dem allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtfach-Katalog (AWP-Katalog) gewählt, sofern diese aufgrund ausreichender Teilnehmer:innenzahlen auch zustande kommen. Innerhalb der 3 Wahlpflichtmodule müssen dabei mindestens 5 ECTS (Wahlpflichtmodul 1 und 2) bzw. mindestens 15 ECTS (Wahlpflichtmodul 3) aus dem FWP bzw. AWP-Katalog gesammelt werden. Eine Mischung aus FWP- und AWP-Fächern ist dabei möglich. Zur Entwicklung von Zukunftskompetenzen werden sind folgende Module geeignet:		
	Besonderes Fokus auf	Soziale Kompetenzen	Persönlichkeits-kompetenzen
		- Zertifikat soziale Kompetenzen - Zertifikat Trainer:in für soziale Kompetenzen - Zertifikat Interkulturelle Kompetenzen (ZIK)	- Positive Psychologie - und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul
		Führungs-kompetenzen	- Entrepreneurial Psychology - Unternehmens-planspiel - Decision psychology - und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul

		- und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul			
Qualifikationsziele	Die selbständige Fächerwahl im Rahmen der Allgemeinen Wahlpflichtmodule soll den Studierenden die Möglichkeit einräumen, persönlichen Neigungen nachzugehen, ihr Qualifikationsprofil gezielt in eine Richtung zu entwickeln und sich auch mit besonderen Themen auseinanderzusetzen. Konkret erlauben die angebotenen Fächer den Studierenden eine Spezialisierung in Richtung dreier möglicher Entwicklungspfade nach dem Bachelor: 1) den Berufseinstieg, 2) ein Masterstudium der angewandten Psychologie oder 3) ein Masterstudium der Wirtschaftswissenschaften. Für den Berufseinstieg empfehlen wir AWP's im Bereich Sprachen und Soziale Kompetenzen sowie vertiefende FWP's in dem gewünschten beruflichen Anwendungsfeld. Für Masterstudiengänge orientieren sich die Studierenden bei der Fächerauswahl an den gültigen Voraussetzungen für die jeweiligen Masterstudiengänge. Es sind besonders fachbezogene Wahlpflichtfächer nötig, um die Voraussetzungen von Masterstudiengängen zu erfüllen. Daneben sind fachliche Vertiefungen nach Neigung sowie allgemeinbildende Fächern wie Sprachen und Soziale Kompetenzen zu empfehlen. In den Wahlpflichtmodulen werden vertiefte Fachkenntnisse, Fertigkeiten und weiterführende wissenschaftliche und angewandte Kompetenzen erworben. Personale Kompetenzen werden dabei weiter ausgebaut. Die näheren Qualifikationsziele hängen vom jeweiligen Wahlpflichtmodul ab.				
Lehr- und Lernmethoden	Angabe richtet sich nach gewählter Lehrveranstaltung				
Literatur	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.				

25. Praktikum 18 Wochen

Englischer Titel	Internship
Turnus / Dauer	Jährlich / 18 Wochen
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 5. Semester
Modulart	Pflichtmodul
Veranstaltungsformat	Pr (Praktische Tätigkeit)
Verwendbarkeit	Modul Praktikum im Studiengang Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Barbara Eschner
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner
SWS Umfang	/
Arbeitsaufwand	Mind. 90 Arbeitstage in Vollzeit; entspricht 18 Wochen
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Praktikumsbericht, 100%
ECTS Credits	20
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandener Praktikumsbericht
Notenskala	Benotung: nein, mit/ohne Erfolg
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine
Inhalt	• Die Studierenden arbeiten im Rahmen eines Vollzeitpraktikums in einem einschlägigen Handlungsfeld der Wirtschaftspsychologie • Das Praxissemester kann im In- oder Ausland durchgeführt werden • Durch das Praxissemester erhalten die Studierenden Einblicke in grundlegende Arbeitsweisen, Handlungsprinzipien sowie Praxiskonzepte und Akteure in diesem Handlungsfeld • Sie erlernen relevante Arbeitsformen, Methoden, Vorgehensweisen und Techniken und wenden diese an • Parallel nehmen die Studierenden den Abgleich zwischen Praxis und Theorie vor, zudem erfolgt eine Analyse der Rollen der beteiligten Akteure im Arbeitsfeld
Qualifikationsziele	Kenntnisse: Die Studierenden... • kennen ein berufliches Handlungsfeld in der Tiefe. Fertigkeiten und Kompetenzen: Die Studierenden... • erfassen und beschreiben unter Rückgriff auf wissenschaftliche Theorien und Methoden auch komplexe Situationen. • planen geeignete Methoden der Bearbeitung von Praxissituationen unter Berücksichtigung professioneller Standards sowie einer Reflexion beruflicher Rollen. • ziehen andere Berufe und Professionen in die Bearbeitung von Praxisfragestellungen mit ein. • wenden Lösungsstrategien in der Praxis an und können diese argumentativ vertreten und evaluieren. • begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen der Wirtschaftspsychologie. • reflektieren und hinterfragen die eigenen Handlungsweisen sowie die gegebenen institutionellen Rahmenbedingungen vor dem Hintergrund des erlernten Wissens aus den vorangegangenen Studiensemestern. • sind in der Lage, die Interessen von Menschen und Systemen im Kontext der Wirtschaftspsychologie zu erkennen und unter (berufs-)ethischen Aspekten abzuwägen.

	• entwickeln eine eigene, wissenschaftlich begründete Handlungsorientierung, berufliche Handlungskompetenz und eine eigene professionelle Identität. • arbeiten konstruktiv und zielgerichtet in interdisziplinären Gruppen, reflektieren und bewerten Arbeitsprozesse und tragen zu einer sinnvollen Gestaltung dieser bei.
Lehr- und Lernmethoden	/
Literatur	• Praktikantenamt: https://www.hs-augsburg.de/Praktikantenamt.html • International Office: https://www.hs-augsburg.de/international/International-Office.html • Auslandssemester: https://www.hs-augsburg.de/international/Studierende.html

26. Praxisseminar

Englischer Titel	Practical Seminar		
Turnus / Dauer	Jedes Semester		
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 5. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	S		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Barbara Eschner		
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner, Prof. Dr. Mahena Stief, Prof. Dr. Peter Cocron, N.N.		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	5 ECTS * 30 h = 150 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 45 (15 Wochen x 4 SWS)	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 46	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 19
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 39,5	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): ./.	Prüfungszeit (min): 30
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Präs (15-30 min)		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Präsentation In diesem Seminar besteht Anwesenheitspflicht!		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: gleichzeitiges Absolvieren des Praktikums		
Inhalt	Das Praktikum wird durch das Praxisseminar an der Hochschule begleitet. In Blockwochenseminaren oder Seminartagen tauschen sich die Studierenden über ihre Praxiserfahrungen aus und bearbeiten diese. Die individuellen Praxiserlebnisse werden anhand diverser Reflexionsmethoden vor dem Hintergrund des erlernten Wissens aus den vorangegangenen theoretischen Studiensemestern reflektiert. Anhand der Praxisbeispiele wird der lösungsorientierte Umgang mit Praxisfragestellungen und Akteur:innen im Handlungsfeld reflektiert und weiterentwickelt. Die Entwicklung einer professionellen Haltung wird gefördert.		
Qualifikationsziele	Kenntnisse: - werden ggf. aufgrund von relevanten Fragestellungen seitens der Studierenden zusätzlich vermittelt. Fertigkeiten und Kompetenzen: Die Studierenden... - können auf der Grundlage ihres vertieften Wissens über Methoden und Verfahrensweisen der Wirtschaftspsychologie berufliches Handeln in bestimmten Arbeitsfeldern differenziert beschreiben. - skizzieren evidenzbasiertes Handeln in der Wirtschaftspsychologie in beispielhaften Arbeitsfeldern. - reflektieren berufliches Handeln in der Wirtschaftspsychologie differenziert und kritisch. - benennen Beiträge verschiedener beruflicher Disziplinen, u.a. der Wirtschaftspsychologie, zur Lösung von Praxisfragestellungen.		

	• sind fähig, reflektierte Erfahrungen aus verschiedenen Settings differenziert einzubringen. • üben Reflexion eigener Praxiserfahrungen mit Hilfe verschiedener Methoden ein. • sind befähigt, unter Berücksichtigung professioneller und ethischer Standards sowie der beruflichen Rolle, Gestaltungsspielräume zu reflektieren und zu nutzen. • sind in der Lage, ihre Vorschläge sinnvoll zu präsentieren, professionell zu argumentieren und mit Konflikten konstruktiv und lösungsorientiert umzugehen. • haben die Notwendigkeit von und Bereitschaft zur ständigen Weiterbildung verstanden und die Fähigkeit zur Aktualisierung des eigenen fachlichen Wissens und Könnens erworben.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminar
Literatur	Hinweise durch die Dozierenden

27. Wahlpflichtmodul 2

Englischer Titel	Elective Course		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 5. Semester		
Modulart	Wahlpflichtmodul		
Veranstaltungsformat	Angabe richtet sich nach gewählter Lehrveranstaltung		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Angabe wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
Dozent:in	Angabe wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
SWS Umfang	4		
Arbeitsaufwand	150 h (nähere Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht)		
	Präsenzzeit (h): ./.	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): ./.	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): ./.
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): ./.	Prüfungszeit (min): ./.
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
ECTS Credits	5		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Die Studierenden belegen im Rahmen des Studiums insgesamt 3 Wahlpflichtmodule. Diese sind laut Studienplan für das 4., 5. und 6. Semester vorgesehen. Die Wahlpflichtfächer werden frei sowohl aus dem FWP-Katalog als auch aus dem AWP-Katalog gewählt, sofern diese aufgrund ausreichender Teilnehmer:innenzahlen auch zustande kommen. Innerhalb der 3 Wahlpflichtmodule müssen dabei mindestens 5 ECTS aus dem AWP-Katalog gesammelt werden. Innerhalb der 3 Wahlpflichtmodule müssen dabei mindestens 5 ECTS (Wahlpflichtmodul 1 und 2) bzw. mindestens 15 ECTS (Wahlpflichtmodul 3) aus dem FWP bzw. AWP-Katalog gesammelt werden. Eine Mischung aus FWP- und AWP-Fächern ist dabei möglich. Zur Entwicklung von Zukunftskompetenzen werden sind folgende Module geeignet:		
	Besonderes Fokus auf	Soziale Kompetenzen - Zertifikat soziale Kompetenzen - Zertifikat Trainer:in für soziale Kompetenzen Zertifikat Interkulturelle Kompetenzen (ZIK)	Persönlichkeits-kompetenzen - Positive Psychologie - und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul Führungs-kompetenzen - Entrepreneurial Psychology - Unternehmens-planspiel - Decision psychology - und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul

		- und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul			
Qualifikationsziele	Die selbständige Fächerwahl im Rahmen der Allgemeinen Wahlpflichtmodule soll den Studierenden die Möglichkeit einräumen, persönlichen Neigungen nachzugehen und sich auch mit ungewöhnlichen Themen auseinanderzusetzen. Konkret erlauben die angebotenen Fächer den Studierenden eine Spezialisierung in Richtung 3 möglicher Entwicklungspfade nach dem Bachelor: 1) den Berufseinstieg, 2) ein Masterstudium der angewandten Psychologie oder 3) ein Masterstudium der Wirtschaftswissenschaften. Für den Berufseinstieg empfehlen wir AWP's im Bereich Sprachen und Soziale Kompetenzen sowie vertiefende FWP's in dem gewünschten beruflichen Anwendungsfeld. Für Masterstudiengänge orientieren sich die Studierenden bei der Fächerauswahl an den gültigen Voraussetzungen für die jeweiligen Masterstudiengänge. Es sind besonders fachbezogene Wahlpflichtfächer nötig, um die Voraussetzungen von Masterstudiengängen zu erfüllen. Daneben sind fachliche Vertiefungen nach Neigung sowie allgemeinbildende Fächern wie Sprachen und soziale Kompetenzen zu empfehlen. In den Wahlpflichtmodulen werden vertiefte Fachkenntnisse, Fertigkeiten und weiterführende wissenschaftliche und angewandte Kompetenzen erworben. Personale Kompetenzen werden dabei weiter ausgebaut. Die näheren Qualifikationsziele hängen vom jeweiligen Wahlpflichtmodul ab.				
Lehr- und Lernmethoden	Angabe richtet sich nach gewählter Lehrveranstaltung				
Literatur	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.				

28. Vertiefungsmodul 1

Vertiefungsangebot - Sommersemester

Dies stellt eine unverbindliche Übersicht an Vertiefungsmodulen im Sommersemester dar. Das semesteraktuelle Angebot finden Sie im aktuellen Studienplan bzw. in Moodle. Bei zu geringen Anmeldezahlen für ein Vertiefungsmodul kann dieses im jeweiligen Semester entfallen.

Vertiefungsmodul: Personalprozesse und personalpsychologische Trends

Englischer Titel	Trends in Personnel Psychology & HR Processes		
Turnus / Dauer	Jährlich / Sommersemester		
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 6. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Dieses Modul baut auf Differentieller Psychologie und Diagnostik, Testdesign und Surveys und Personalpsychologie auf und ist Teil der Vertiefungsphase		
Veranstaltungssprache	Vorlesung (Teil 1) und Projekte / Fallstudien (Teil 3) in deutscher Sprache; Seminar (Teil 2) in englischer Sprache		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
Dozent:in	Prof. Dr. Simone Kubowitsch, Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer, Prof. Dr. Sarah Hatfield		
SWS Umfang	10		
Arbeitsaufwand	15 ECTS * 30 h = 450 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 112 (15 Wochen x 10 SWS)	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 96	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 95
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 75	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 70	Prüfungszeit (min): 2 h
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Vorlesung „Personalprozesse gestalten“: Klausur (60 Min), 40 % der Gesamtnote Seminar „Aktuelle Herausforderungen der Personalpsychologie“: Präsentation, 20 % der Gesamtnote Projekt / Fallstudien: Präsentation & Abschlussbericht, 40 % der Gesamtnote		
ECTS Credits	15		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen aller Teilprüfungen		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule Augsburg		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Mindestens 80 CPs		
Inhalt	Die Vertiefungsrichtung HR & Personalpsychologie zielt darauf ab, Studierende auf fortgeschrittenem Niveau mit zentralen Fragestellungen vertraut zu machen und in aktuellen Anwendungsfeldern der Personalpsychologie zu befähigen. Wo möglich, werden Praktiker*innen aus verschiedenen Branchen in das Modul eingebunden, um eine praxisnahe Verbindung der theoretischen Konzepte sicherzustellen. Das Modul ist in drei Teile gegliedert: Teil 1: Vorlesung „Personalprozesse gestalten“ (4 SWS; Prof. Dr. Dr. Palmer & Prof. Dr. Kubowitsch)		

	In diesem Modulteil wird zunächst ein Überblick über Personalprozesse entlang der Employee Journey gegeben, wobei insbesondere auf evidenzbasierte Diagnostik einerseits und messbare Akzeptanz andererseits eingegangen wird. Darauf aufbauend wird ein Personalprozess anhand eines praxisnahen Beispiels systematisch erarbeitet und dabei bereits dessen empirische Evaluation mitbedacht. Dies kann beispielsweise sein: • Berufsbezogene Eignungsdiagnostik (Anforderungsanalyse, Entwicklung, Durchführung und Evaluation) • Personalentwicklung (Bedarfsanalyse, Entwicklung, Durchführung und Evaluation) • Performance Management und Leistungsbeurteilung (Zieldefinition, Kriteriendefinition, Beurteilungsinstrument, Durchführung und Rückmeldung, Ableitungen) Hinweis: Ergänzend zu diesem Teilmodul können die Studierenden im Rahmen einer Kooperation mit der Deutschen Psychologen Akademie GmbH beim Schwerpunkt Berufsbezogene Eignungsdiagnostik eine Lizenzprüfung zur berufsbezogenen Eignungsbeurteilung nach DIN 33430 in digitaler remote-Form absolvieren (optional, nicht prüfungsrelevant). Teil 2: Seminar „Zukunftsthemen der Personalpsychologie“ (2 SWS; Prof. Dr. Kubowitsch & Prof. Dr. Palmer) In einer Kombination aus Vorlesung und praktischen Übungselementen beschäftigen sich Studierende mit aktuellen Herausforderungen der Personalpsychologie in der Praxis und führen dazu Fallstudien durch. Pro Semester werden dabei ausgewählte Schwerpunktthemen gesetzt, z.B.: • Future Skills und Kompetenzentwicklung • Job Crafting / Career Crafting • Performance Management • Nachhaltige People & Culture Strategie • People Analytics • Intra- und Entrepreneurship • Mentale Gesundheit Teil 3: Projektarbeit / Fallstudien (4 SWS; Prof. Dr. Kubowitsch, Prof. Dr. Palmer, Prof. Dr. Hatfield) Im Rahmen dieser Veranstaltung arbeiten die Studierenden in Gruppen an einem übergeordneten Thema aus der Personalpsychologie, welches sie entweder selbst wählen oder das vorgegeben wird. Dabei können sie beispielsweise eine Anforderungsanalyse zu Zukunftskompetenzen durchführen, ein Trainingsmodul entwickeln oder ein Konzept zur Verbesserung der Employee Experience erarbeiten. Wenn möglich wird bei der Bearbeitung der Fragestellungen eine Datenerhebung und Datenauswertung integriert. Die Projektarbeit / Fallstudienbearbeitung erstreckt sich über das gesamte Semester und wird durch regelmäßige Beratung begleitet. Am Ende des Semesters präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse in Form von Präsentationen und schriftlichen Ausarbeitungen.
Qualifikationsziele	Teil 1: Vorlesung „Personalprozesse gestalten“ Kenntnisse: Die Studierenden... • kennen die grundlegenden Personalprozesse entlang der Employee Journey und können einen Prozess systematisch erläutern

	• verfügen über spezifische Kenntnisse zu Konzepten, Modellen und Theorien der Personalpsychologie, die bei der Gestaltung von HR-Prozessen herangezogen werden • kennen gängige Evaluationsstrategien zur Bewertung von Personalprozessen Fertigkeiten: Die Studierenden... • können die verschiedenen Phasen eines Personalprozesses analysieren • können anhand eines konkreten Beispiels, wie der berufsbezogenen Eignungsdiagnostik, eine systematische Anforderungsanalyse durchführen und die gewonnenen Erkenntnisse zur Entwicklung passender Diagnostikinstrumente nutzen. • sind in der Lage, theoretische Konzepte eigenständig auf praktische Fragestellungen der Personalpsychologie zu übertragen, z. B. bei der Gestaltung von Personalauswahlprozessen oder der Erstellung von Entwicklungsprogrammen. • sind befähigt, die entwickelten Personalprozesse aus unterschiedlichen Perspektiven zu kritisch evaluieren, auf ihre Praxistauglichkeit hin zu überprüfen und Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten Kompetenzen: Die Studierenden... • bewerten personalpsychologische Prozesse anhand von Qualitätsstandards (z. B. DIN 33430 für die berufsbezogene Eignungsdiagnostik). • analysieren systematisch und evidenzbasiert vorhandene Umsetzungskonzepte und adaptieren diese für spezifische Fragestellungen. • erlangen eine profiliertere wirtschaftspsychologische Professionalität. Teil 2: Seminar „Zukunftstrends der Personalpsychologie“ Kenntnisse Die Studierenden... • kennen die neuesten Trends und Entwicklungen in der Personalpsychologie, wie beispielsweise den Einsatz von People Analytics und die Bedeutung von Future Skills in der Personalentwicklung • verstehen theoretische Konzepte und aktuelle Forschungsergebnisse im Kontext moderner Personalstrategien • können die Auswirkungen gesellschaftlicher und technologischer Veränderungen auf die Personalpsychologie benennen und deren Relevanz für die Praxis einschätzen Fertigkeiten Die Studierenden... • sind in der Lage, aktuelle Trends der Personalpsychologie zu recherchieren, zu analysieren und deren potenzielle Auswirkungen auf Organisationen zu bewerten. • können die Vor- und Nachteile neuer Personalstrategien kritisch reflektieren und deren Eignung für verschiedene Unternehmenskontexte beurteilen. • sind fähig, ihre Erkenntnisse zu Zukunftstrends der Personalpsychologie strukturiert und überzeugend zu präsentieren.
--	---

	• wenden zur Bearbeitung der Fallstudien notwendige (biopsychologische) Methoden an • können im Rahmen der Fallstudien bereitgestellte Datensätze analysieren und auswerten Kompetenzen Die Studierenden... • sind in der Lage, sich flexibel an neue Entwicklungen in der Personalpsychologie anzupassen und innovative Lösungen für personalbezogene Herausforderungen zu entwickeln. • können als kompetente Ansprechpartner für Fragen zu modernen Personaltrends agieren und fundierte Empfehlungen für die Implementierung neuer HR-Strategien geben. Teil 3: Projektarbeit / Fallstudien Kenntnisse Die Studierenden... • kennen zentrale Theorien und Modelle der Personalpsychologie und verstehen deren Bedeutung für die praktische Anwendung • kennen verschiedene Ansätze zur Konzeption und Evaluation personalpsychologischer Interventionen und können deren theoretische Grundlagen erläutern. • sind mit methodischen Grundlagen der Projektarbeit und Fallstudienbearbeitung in der Personalpsychologie vertraut und können diese einordnen. Fertigkeiten Die Studierenden... • verbessern ihre Fertigkeiten, adressatenadäquat zu kommunizieren und ihre Arbeitsergebnisse klar und strukturiert zu präsentieren. • evaluieren datenbasiert ihre Vorgehensweisen und Interventionen mit geeigneten Methoden. • erwerben grundlegende Fertigkeiten, Organisationen und Einzelpersonen effektiv in Bezug personalpsychologische Strategien zu beraten. • analysieren organisationsspezifische Voraussetzungen, bewerten unterschiedliche Konzepte und Ansätze und schätzen deren Eignung für den jeweiligen Kontext ein. • können Projekte planen, organisieren und im Team durchführen, einschließlich der Erstellung von Zeitplänen, Ressourcenmanagement und Dokumentation. Kompetenzen Die Studierenden... • können eigenständig komplexe Problemstellungen der Personalpsychologie erkennen, analysieren und auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse lösen. • reflektieren ihre professionelle Rolle auch hinsichtlich interdisziplinärer Zusammenarbeit. • sind fähig, ihre Projektergebnisse professionell zu präsentieren und schriftlich aufzubereiten, wobei sie wissenschaftliche Standards einhalten.
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit interaktiven Übungselementen, Projekt- und Gruppenarbeit, Exkursion/ Praxisvorträge, seminaristischer Unterricht, Flipped Classroom

Literatur	1. Skripte der jeweiligen Dozenten 2. Deutschsprachige Literatur: • Schuler, H. & Kanning, U. (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Hogrefe Verlag. • Kauffeld, S. (Ed.). (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (3. Ausgabe). Springer. • Diagnostik- und Testkuratorium (Ed.). (2018). Personalauswahl kompetent gestalten: Grundlagen und Praxis der Eignungsdiagnostik nach DIN 33430. Springer. 3. Englischsprachige Literatur: • Kraiger, K., Passmore, J., Santos, N. R. D., & Malvezzi, S. (2020). The Wiley Blackwell handbook of the psychology of training, development, and performance improvement. Wiley.
------------------	--

Vertiefungsmodul: „Business Analytics und CX Consulting“

Englischer Titel	Business Analytics and CX Consulting		
Turnus / Dauer	Jährlich / Sommersemester		
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 6. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Dieses Modul baut auf der Markt- und Konsumentenpsychologie auf und ist Teil der Vertiefungsphase		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Barbara Eschner / Prof. Dr. Hariet Köstner		
Dozent:in	Prof. Dr. Barbara Eschner, Prof. Dr. Hariet Köstner, weitere Dozent:innen und Lehrbeauftragte		
SWS Umfang	10		
Arbeitsaufwand	15 ECTS * 30 h = 450 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 112 (15 Wochen x 10 SWS)	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 96	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 95
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 75	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 70	Prüfungszeit (min): 2h
Prüfungsform und Gewichtung der Note	• Vorlesung „Business Analytics“: schrP (45 Min), 40% der Gesamtnote • Seminar „Innovation Hub“: Präsentation oder schrP (15 Min), 20% der Gesamtnote • Projekt- und Fallarbeit: Präsentation & Bericht, 40% der Gesamtnote		
ECTS Credits	15		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen aller Teilprüfungen		
Notenskala	Gemäß § 20 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Augsburg in der jeweils gültigen Fassung.		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Mindestens 80 CPs		
Inhalt	Methoden, Techniken und aktuelle Entwicklungen der empirischen Markt- und Konsumentenforschung und Datenanalyse werden vertieft, um konkrete Forschungs- und Beratungslösungen im Kontext von kundenzentrierter		

	Transformation zu erarbeiten. Ziel ist, eine intensive fachliche Weiterentwicklung sowie praktische Fähigkeiten im Bereich Markt- und Marketingforschung, empirische Methoden und Consulting zu erreichen. Teil 1: Vorlesung „Business Analytics“ (4 SWS, 6 ECTS; Prof. Dr. Köstner, Lehrbeauftragte) • Umsetzungsorientiertes Projektmanagement • Stichprobentheorie • Fragebogenkonstruktion • Einführung SPSS • Ausgewählte multivariate Verfahren (t-Test, Regression-, Faktoren-, Clusteranalyse) • Ausgewählte Methoden aus der Praxis der Konsumentenforschung (Conjoint-Analyse, A/B-Tests, etc.) • Datenvisualisierung Teil 2: Seminar „Innovation-Hub“ (2 SWS, 3 ECTS; Prof. Dr. Eschner, Prof. Dr. Köstner, Lehrbeauftragte) • Trends und Technologien der Markt- und Konsumentenforschung (z.B. Eye Tracking, Emotionsanalyse oder VR) • Techniken der kundenzentrierten Innovation • Neuere Entwicklungen (z.B. in Text Analytics und Social Media Analyse, Konsum-Trends wie Individualisierung und Nachhaltigkeit, Bedeutung & Einsatz von KI im Kontext der Markt- und Konsumforschung) Teil 3: Projekt- und Fallarbeit „CX Consulting“ (4 SWS, 6 ECTS; Prof. Dr. Eschner, Lehrbeauftragte) • Auftragsklärung • Projektplanung • Methodische Konzepterstellung • Evaluation • Aufbereitung der Projektergebnisse
Qualifikationsziele	Teil 1 Vorlesung: Kenntnisse: Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen • Konzepte der Markt- und Konsumentenforschung • Methoden der qualitativen und quantitativen Markt- und Konsumentenforschung im empirischen Forschungsprozess (Studienkonzeption, Fragebogendesign, Stichprobenkalkulation, Befragungs- und Beobachtungstechniken) • Akteure, Tools und Vorgehensweisen in der Branche • Agiles Projektmanagement • Umgang mit der Statistik-Software SPSS • Multivariate Analysemethoden • Visualisierung und Präsentation von Forschungsergebnissen • Aktuelle Trends und Technologien in der Markt- und Konsumentenforschung Fertigkeiten: Die Studierenden • wenden quantitative Methoden der Fragestellung angemessen an. • können unter Berücksichtigung der späteren Verwertungsabsichten einen Fragebogen konzipieren und die notwendige Stichprobengröße kalkulieren. • wissen, was bei der Visualisierung von Daten berücksichtigt werden muss. • entwickeln eigenständig Forschungs- und Beratungsansätze.

	• übersetzen komplexe Daten aus Sekundär- oder Primäranalysen in klare Ergebnisse. • erlangen Fertigkeiten, im Team und im Kundenumfeld effektiv zu kommunizieren. Kompetenzen: Die Studierenden • sind in der Lage, die für die Fragestellung adäquaten Methoden zu identifizieren und diese in geeigneter Weise zu einem Studienkonzept zu formen. • können den Forschungsprozess in der Unternehmensorganisation verorten. • haben die Fähigkeit, ein Projekt zeitlich und kapazitätsmäßig einzuordnen. • können Daten erheben, mit uni-, bi- und multivariaten Methoden auswerten, interpretieren und geeignet darstellen. • beherrschen professionelle Präsentationstechniken. • setzen die Analyseergebnisse in den richtigen Kontext und können fundierte Handlungsempfehlungen ableiten, die zur Erreichung der strategischen Ziele beitragen. • erlangen über die Vertiefung eine profiliertere wirtschaftspsychologische Professionalität. Teil 2: Seminar Kenntnisse Die Studierenden • lernen innovative Methoden in der Markt- und Konsumentenforschung kennen • erlangen Einblicke in aktuell diskutierte Entwicklungen der Branche. Fertigkeiten Die Studierenden • evaluieren aktuelle Trends und Technologien in der Markt- und Konsumentenforschung und deren Umsetzung in die Forschungspraxis Kompetenzen Die Studierenden • können innovative Entwicklungen mit bewährten Methoden vergleichen und deren Nutzen einordnen. Teil 3: Projektarbeit / Fallstudien Kenntnisse Die Studierenden • kennen und verstehen die Denk- und Handlungsweisen eines strukturierten Beratungsprozesses (Kundenakquise, Antrags- und Angebotsentwicklung, Pitch, Projektplanung und Ressourcenmanagement). • sind versiert darin, empirische Analysetechniken anzuwenden und zentrale Insights zu identifizieren, die für die Entscheidungsfindung aus unternehmerischer Perspektive relevant sind. • beherrschen die zentralen Dynamiken und Elemente der Spannungsbildung („Story Telling“) sowie passende Visualisierungstechniken. Dieses Verständnis befähigt sie, Daten und Ergebnisse überzeugend zu präsentieren. Fertigkeiten Die Studierenden • entwickeln eigenständig Forschungs- und Beratungsansätze.
--	--

	• übersetzen komplexe Daten aus Sekundär- oder Primäranalysen in klare Ergebnisse. • beherrschen raffinierte Präsentationstechniken. • erlangen Fertigkeiten, im Team und im Kundenumfeld effektiv zu kommunizieren. • entwickeln konstruktive Konfliktlösungsfähigkeiten Kompetenzen Die Studierenden • wenden ihr Business-Analytics-Wissen in der eigenständigen Durchführung eines Forschungs- und Beratungsprozesses praktisch an. • verstehen die Bedürfnisse und Ziele der jeweiligen Fallstudie. • wissen, welche Analysetechniken für die jeweilige Fragestellung passend sind. • setzen die Analyseergebnisse in den richtigen Kontext und können fundierte Handlungsempfehlungen ableiten, die zur Erreichung der strategischen Ziele beitragen.
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Flipped Classroom, Business Cases, Gastvorträge bzw. Exkursionen
Literatur	1. Skripte der jeweiligen Dozenten 2. Literatur: • Benning-Rohnke, E., Hasebrook, J., Pütz, M. (2023). <i>Kunden begeistern: Konzepte und Praxisberichte aus Finance, Automotive und Gesundheit</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. • Breiner, T. C. (2019). <i>Psychologie des Geschichtenerzählens</i>. Springer. • Diefenbach, S., Hassenzahl, M. (2017). <i>Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung</i>. Springer. • Foscht, T. & Swoboda, B. (2017). <i>Käuferverhalten Grundlagen—Perspektiven—Anwendungen</i>. (6. Auflage). Springer. • Halfmann, M. & Schüller, K. (2022). <i>Marketing Analytics</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. • Hoffmann, S. & Akbar, P. (2019). <i>Konsumentenverhalten: Konsumenten verstehen - Marketingmaßnahmen gestalten</i> (2. Auflage). SpringerGabler. • Köstner, H. (2023). <i>Empirische Forschung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften klipp&klar</i>. Springer Gabler. • Kreis, H., Wildner, R., Kuß, A. (2021). <i>Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse</i> (7. Auflage). Springer Gabler. • Schulz, M. (2020). <i>Projektmanagement. Zielgerichtet. Effizient. Klar</i>. UVK Verlagsgesellschaft. • Theobald, E. & Gaiser, B. (2022). <i>Brand Evolution</i> (3. Auflage). Springer Gabler. • Rupp, M. (2022). <i>Storytelling für Unternehmen: Mit Geschichten zum Erfolg in Content Marketing, PR, Social Media, Employer Branding und Leadership</i>. MITP-Verlags GmbH & Co. KG. • Skripte der Dozent:innen

Vertiefungsmodul: Psychology of Sustainability

Englischer Titel	Psychology of Sustainability
Turnus / Dauer	Jährlich / Sommersemester
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 6. Semester
Modulart	Pflichtmodul

Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Dieses Modul baut auf der Sozial-, Organisations- und Personalpsychologie auf und ist Teil der Vertiefungsphase		
Veranstaltungssprache	Englisch, Projektteil auf Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Sarah Hatfield		
Dozent:in	Prof. Dr. Peter Cocron, Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer, Prof. Dr. Sarah Hatfield		
SWS Umfang	10		
Arbeitsaufwand	15 ECTS * 30 h = 450 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 112 (15 Wochen x 10 SWS)	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 96	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 95
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 75	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 70	Prüfungszeit (min): 2 h
Prüfungsform und Gewichtung der Note	• Vorlesung „Sustainability Transformation and Intervention Acceptance“: Klausur, Sprache: Englisch, 40 % der Gesamtnote (60 Min) • Seminar „Circular Economy“: Präsentation, Sprache: Englisch, 20 % der Gesamtnote • Projekt: Präsentation & Abschlussbericht, Sprache: Deutsch, 40 % der Gesamtnote		
ECTS Credits	15		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen aller Teilprüfungen		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Hochschule Augsburg		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Mindestens 80 CPs		
Inhalt	Konzepte aus der Kreislaufwirtschaft, der Umweltpsychologie und Erkenntnisse aus dem Transformationsmanagement werden gebündelt, um psychologische Prozesse des Nachhaltigkeitsverhaltens im wirtschaftlichen Kontext zu untersuchen. Die Entwicklung von Interventionen zur Anpassung von Nachhaltigkeitsverhalten sowie deren Anwendung und Evaluation durch konkrete Praxisprojekte ermöglichen die Vertiefung aller bisherigen wirtschaftspsychologischen Forschungs- und Anwendungsfelder. Darüber hinaus werden die Studierenden zu gestalterischen Akteuren von Nachhaltigkeitstransformation. Teil 1: Vorlesung „Sustainability Transformation and Intervention Acceptance“ (Environmental Psychology and Acceptance Research) (4 SWS, 6 ECTS; Sprache: Englisch, Prof. Dr. Hatfield & Prof. Dr. Cocron) • Modelle und Theorien der Umweltpsychologie • Akzeptanzforschung und (wirtschafts-)psychologische Interventionen • Bildungskonzepte für nachhaltige Entwicklung • Modelle der Nachhaltigkeitstransformation Teil 2: Seminar „Circular Economy“ (2 SWS, 3, ECTS; Sprache: Englisch, Prof. Dr. Dr. Palmer) • Volks- und betriebswirtschaftliche Sicht auf Kreislaufwirtschaft • Zirkuläre Geschäftsmodelle • Operativ-technische Aspekte zirkulärer Geschäftsmodelle • Kreislaufwirtschaft aus Kunden- und Mitarbeitersicht		

	Teil 3: Projekt (4 SWS, 6 ECTS; Sprache: Deutsch, Prof. Dr. Hatfield, Prof. Dr. Cocron, Prof. Dr. Dr. Palmer) • Auftragsklärung • Projektplanung • Methodische Konzepterstellung • Evaluation • Aufbereitung der Projektergebnisse
Qualifikationsziele	Teil 1: Vorlesung Kenntnisse: Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen ... • Konzepte der Umweltpsychologie • Green Attitude, Skills and Behaviour • Modelle der Nachhaltigkeit • Interventionen zur Verhaltensanpassung • Modelle der (Nachhaltigkeits-)transformation • Akzeptanzforschung zu nachhaltigen Innovationen Fertigkeiten: Die Studierenden... • identifizieren Konzepte zur Veränderung des Nachhaltigkeitsverhaltens anhand von relevanten Forschungsthemen und Fragestellungen, • analysieren Attitude-Behaviour-Gaps bei diversen Zielgruppen der Nachhaltigkeitstransformation anhand von geeigneten Forschungsmethoden und experimentelle Settings, • wenden Handlungsansätze und Konzepte der Wirtschaftspsychologie fokussiert an, um Interventionen zur Anpassung von Nachhaltigkeitsverhalten zu entwickeln • vertiefen im Studienverlauf gemachte Erfahrungen und erworbene Kompetenzen exemplarisch und diskutieren diese fundiert. Kompetenzen: Die Studierenden... • erlangen über die Vertiefung eine profiliertere wirtschaftspsychologische Professionalität im Bereich Nachhaltigkeit. • präsentieren selbständig Studien aus wissenschaftlichen Quellen in englischer Sprache Teil 2: Seminar Kenntnisse Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen • Kreislaufwirtschaft (Circular Economy) • zirkuläre Geschäftsmodelle • Operativ-technische Aspekte zirkulärer Geschäftsmodelle • Kreislaufwirtschaft aus Kunden- und Mitarbeitersicht Fertigkeiten Die Studierenden... • interpretieren und reflektieren praktische Problemstellungen der Kreislaufwirtschaft, • argumentieren fundiert dazu und vertreten ihre Vorschläge und Konzepte. Kompetenzen Die Studierenden... • organisieren eigene Gruppenarbeitsprozesse zielgerichtet und nachhaltig, auch unter Einbezug von Erkenntnissen der wirtschaftlichen Grundlagen- und Anwendungsdisziplinen. • reflektieren ihre professionelle Rolle auch hinsichtlich der Zusammenarbeit in den Referatsgruppen. Teil 3: Projektarbeit Kenntnisse Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen ... • Auftragsklärung • Projektmanagement

	• Kundenkommunikation Fertigkeiten Die Studierenden... • nehmen eine evidenzbasierte Auswahl und Planung von Maßnahmen für ausgewählte Fragestellungen der Nachhaltigkeitstransformation vor. • reflektieren experimentelle Settings sowie Maßnahmen- und Projektpläne kritisch. • evaluieren Interventionen hinsichtlich Akzeptanz und Wirksamkeit Kompetenzen Die Studierenden... • organisieren eigene Gruppenarbeitsprozesse zielgerichtet und nachhaltig, auch unter Einbezug von Erkenntnissen der psychologischen Grundlagen- und Anwendungsdisziplinen. • reflektieren ihre professionelle Rolle auch hinsichtlich der Zusammenarbeit im Projekt.
Lehr- und Lernmethoden	Projekt- und Gruppenarbeit, Exkursion, seminaristischer Unterricht, Flipped Classroom
Literatur	Skripte der jeweiligen Dozenten • Kals, E., Strubel, I. T., & Hellbrück, J. (2023). <i>Umweltpsychologie</i>. Springer. • Potting, J., Hekkert, M. P., Worrell, E., & Hanemaaijer, A. (2017). <i>Circular economy: measuring innovation in the product chain</i>. • Pufé, I. (2017). <i>Nachhaltigkeit</i> (Vol. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage). UVK Verlagsgesellschaft mbH. • Schmitt, C. T. & Bamberg, E. (2018). <i>Psychologie und Nachhaltigkeit: Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbeispiele und Zukunftsperspektiven</i>. Springer.

29. Wahlpflichtmodul 3

Englischer Titel	Elective Course 3		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 6. Semester		
Modulart	Wahlpflichtmodul		
Veranstaltungsformat	Angabe richtet sich nach gewählter Lehrveranstaltung		
Verwendbarkeit	Studiengang Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Angabe wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Simone Kubowitsch		
Dozent:in	Angabe wird in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
SWS Umfang	12		
Arbeitsaufwand	15 ECTS * 30 h = 450 Stunden (nähere Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht)		
	Präsenzzeit (h): ./.	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): ./.	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): ./.
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): ./.	Prüfungszeit (min): ./.
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
ECTS Credits	15		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung		
	Empfohlene Voraussetzungen: keine		
Inhalt	Die Studierenden belegen im Rahmen des Studiums insgesamt 3 Wahlpflichtmodule. Diese sind laut Studienplan für das 4., 5. und 6. Semester vorgesehen. Die Wahlpflichtfächer werden frei sowohl aus dem FWP-Katalog als auch aus dem AWP-Katalog gewählt, sofern diese aufgrund ausreichender Teilnehmer:innenzahlen auch zustande kommen. Innerhalb der 3 Wahlpflichtmodule müssen dabei mindestens 5 ECTS aus dem AWP-Katalog gesammelt werden. Innerhalb der 3 Wahlpflichtmodule müssen dabei mindestens 5 ECTS (Wahlpflichtmodul 1 und 2) bzw. mindestens 15 ECTS (Wahlpflichtmodul 3) aus dem FWP bzw. AWP-Katalog gesammelt werden. Eine Mischung aus FWP- und AWP-Fächern ist dabei möglich. Zur Entwicklung von Zukunftskompetenzen werden sind folgende Module geeignet:		
	Besonderes Fokus auf	Soziale Kompetenzen	Persönlichkeits-kompetenzen
		- Zertifikat soziale Kompetenzen - Zertifikat Trainer:in für soziale Kompetenzen Zertifikat Interkulturelle Kompetenzen (ZIK)	- Positive Psychologie - und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul
			- Führungs-kompetenzen - Entrepreneurial Psychology - Unternehmens-planspiel - Decision psychology - und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul

		- und abhängig vom jeweils angebotenen Wahlpflichtmodul		
Qualifikationsziele	Die selbständige Fächerwahl im Rahmen der Allgemeinen Wahlpflichtmodule soll den Studierenden die Möglichkeit einräumen, persönlichen Neigungen nachzugehen und sich auch mit ungewöhnlichen Themen auseinanderzusetzen. Konkret erlauben die angebotenen Fächer den Studierenden eine Spezialisierung in Richtung 3 möglicher Entwicklungspfade nach dem Bachelor: 1) den Berufseinstieg, 2) ein Masterstudium der angewandten Psychologie oder 3) ein Masterstudium der Wirtschaftswissenschaften. Für den Berufseinstieg empfehlen wir AWP's im Bereich Sprachen und soziale Kompetenzen sowie vertiefende FWP's in dem gewünschten beruflichen Anwendungsfeld. Für Masterstudiengänge orientieren sich die Studierenden bei der Fächerauswahl an den gültigen Voraussetzungen für die jeweiligen Masterstudiengänge. Es sind besonders fachbezogene Wahlpflichtfächer nötig, um die Voraussetzungen von Masterstudiengängen zu erfüllen. Daneben sind fachliche Vertiefungen nach Neigung sowie allgemeinbildende Fächern wie Sprachen und Soziale Kompetenzen zu empfehlen. In den Wahlpflichtmodulen werden vertiefte Fachkenntnisse, Fertigkeiten und weiterführende wissenschaftliche und angewandte Kompetenzen erworben. Personale Kompetenzen werden dabei weiter ausgebaut. Die näheren Qualifikationsziele hängen vom jeweiligen Wahlpflichtmodul ab.			
Lehr- und Lernmethoden	Angabe richtet sich nach gewählter Lehrveranstaltung			
Literatur	Angaben werden in der jeweiligen Lehrveranstaltung gemacht.			

30. Vertiefungsmodul 2

Vertiefungsangebot - Wintersemester

Dies stellt eine unverbindliche Übersicht an Vertiefungsmodulen im Wintersemester dar. Das semesteraktuelle Angebot finden Sie im aktuellen Studienplan bzw. in Moodle. Bei zu geringen Anmeldezahlen für ein Vertiefungsmodul kann dieses im jeweiligen Semester entfallen.

Vertiefungsmodul: Angewandte Themen der Organisationspsychologie

Englischer Titel	Organizational Psychology		
Turnus / Dauer	Jährlich / Wintersemester		
Studienabschnitt	3. Studienjahr, 7. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	SU/Ü		
Verwendbarkeit	Dieses Modul baut auf der Sozial-, Organisations- und Personalpsychologie auf und ist Teil der Vertiefungsphase		
Veranstaltungssprache	Deutsch (Vorlesung und Projekt), Englisch (Modulteil „Communication of organizational psychological measures“)		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer		
Dozent:in	Prof. Dr. Eva Lermer, Prof. Dr. Dr. Carolin Palmer		
SWS Umfang	10		
Arbeitsaufwand	15 ECTS * 30 h = 450 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 112 (15 Wochen x 10 SWS)	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 96	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 95
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 75	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 70	Prüfungszeit (min): 2 h
Prüfungsform und Gewichtung der Note	• Vorlesung mit praktischer Vertiefung zu aktuellen Themen der Organisationspsychologie: Klausur, 40 % der Gesamtnote (60 Min) • Seminar "Communication of organizational psychological measures": Präsentation, 20 % der Gesamtnote • Projekt: Präsentation & Abschlussbericht, 40 % der Gesamtnote		
ECTS Credits	15		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen aller Teilprüfungen		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Hochschule Augsburg		
Teilnahmevoraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Mindestens 80 CPs		
Inhalt	Die Vertiefungsrichtung Organisationspsychologie zielt darauf ab, Studierende auf fortgeschrittenem Niveau mit den zentralen Fragestellungen der Organisationspsychologie vertraut zu machen und in aktuellen Anwendungsfeldern zu befähigen. Wo möglich, werden Praktiker*innen aus verschiedenen Branchen in das Modul eingebunden, um eine praxisnahe Verbindung der theoretischen Konzepte sicherzustellen. Das Modul verbindet wissenschaftlich fundierte Konzepte mit praktischen Anwendungen und hebt die Relevanz empirischer Forschung sowie naturwissenschaftlicher Methoden für organisationspsychologische Fragestellungen hervor Das Modul ist in drei Teile gegliedert:		

	Teil 1: Vorlesung mit praktischer Vertiefung zu aktuellen Themen der Organisationspsychologie (4 SWS, 6 ECTS; Prof. Dr. Lermer & Prof. Dr. Palmer) In einer Kombination aus Vorlesung und praktischen Übungselementen werden zentrale Konzepte sowie aktuelle Aspekte der Organisationspsychologie bearbeitet. Der Fokus liegt hierbei auf den folgenden Kernthemen: • allgemeine Organisationsentwicklung • erfolgreiche Ausgestaltung von Transformationsprozessen • Organisationsdiagnose • Interventionen im Change Management • Einfluss und Entwicklung von Unternehmenskultur und -klima • Evidenzbasierte Methoden und Interventionen • Begleitung strategischer Entscheidungen der Geschäftsführung. Die Studierenden erarbeiten interaktive Fallstudien und Praxisbeispiele, die auf realen Unternehmenssituationen basieren. Dabei werden an der Schnittstelle zu sozial-, personal- und arbeitspsychologischen Inhalten auch ausgewählte Aspekte, wie Führung und Politik, Konflikte und Verhandlungen, Lernen in Unternehmen sowie organisationale Resilienz, einbezogen. In den praktischen Übungselementen werden empirische Studien herangezogen, um wissenschaftlich fundierte Ansätze für Transformationsprozesse und Organisationsdiagnosen zu entwickeln. Teil 2: Seminar “Communication of organizational psychological measures” (2 SWS, 3 ECTS; Prof. Dr. Lermer & Prof. Dr. Palmer) In diesem seminaristischen Teil setzen sich die Studierenden in Ganztages-Workshops gezielt mit der Kommunikation organisationspsychologischer Inhalte auseinander. Die Fähigkeit, organisationspsychologische Themen verständlich und zielgruppengerecht zu präsentieren, ist essenziell für die spätere Praxis und wird anhand verschiedener Formen (z.B. Pitch, organisationsdiagnostisches Interview, Beratungsgespräch) entwickelt. Die Studierenden lernen, empirische Daten und Studienergebnisse zielgruppenspezifisch aufzubereiten und in verschiedenen Praxisformaten zu präsentieren. Ein Fokus liegt darauf empirische Befunde präzise und verständlich zu kommunizieren. Dabei wird besonders auf die wissenschaftliche Fundierung der entwickelten Lösungen geachtet. Das Teilmodul wird in englischer Sprache angeboten und bereitet damit ideal auf eine Tätigkeit im internationalen Umfeld vor. Teil 3: Projektarbeit (4 SWS; Prof. Dr. Lermer, Prof. Dr. Palmer) Im Rahmen dieses Teils bearbeiten die Studierenden in Gruppen ein selbstgewähltes oder vorgegebenes übergeordnetes Thema in Bezug auf die Gestaltung von Transformationsprozessen. Dies kann beispielsweise die Ausarbeitung einer konkreten Intervention im Rahmen eines Change-Management-Projekts, die empirisch-diagnostische Analyse und Ableitung von Implikationen von Teamprozessen oder die Lösungsfindung für Herausforderungen der Führung sein. Hierbei werden die biopsychischen Gesetzmäßigkeiten aus den Grundlagenveranstaltungen (z.B. Lernen, Kognition, Aufmerksamkeit, Diagnostik) in eine konkrete Anwendung auf Organisationsebene überführt. Die Projektarbeit erstreckt sich über das gesamte Semester und wird durch regelmäßige Konsultationen begleitet. Die Ergebnisse der Projekte werden in Form von Präsentationen und schriftlichen Ausarbeitungen vorgestellt.
Qualifikationsziele	Teil 1: Vorlesung Kenntnisse: Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen: • Zentrale Konzepte der Organisationspsychologie • Organisationsentwicklung • Ausgestaltung von Transformationsprozessen • Organisationsdiagnose • Interventionen im Change Management • Einfluss und Entwicklung von Unternehmenskultur und -klima • Begleitung strategischer Entscheidungen der Geschäftsführung

	• Verknüpfung organisationspsychologischer Themen mit sozial-, personal- und arbeitspsychologischen Inhalten (z.B. Führung, organisationale Resilienz) Fertigkeiten: Die Studierenden... • wenden wissenschaftliche Konzepte und empirische Befunde der Organisationspsychologie auf praktische Herausforderungen in Unternehmen an • identifizieren Konzepte zur Veränderung von organisationalen Prozessen und Strukturen anhand evidenzbasierter Forschungsergebnisse und Anforderungen aus der Praxis • setzen sich konstruktiven Auseinandersetzung mit Konflikten im organisationalen Kontext auseinander und bewerten bzw. adaptieren Lösungsansätze • schätzen künftige Entwicklungen auf organisationaler Ebene sowie deren Auswirkungen auf das Berufsfeld Wirtschaftspsycholog*in ab. Kompetenzen: Die Studierenden... • reflektieren bestehende organisationspsychologische Modelle und Praktiken kritisch und passen diese an unterschiedliche Organisationskontexte an • analysieren organisationspsychologische Fragestellungen systematisch und datengetrieben, erkennen Probleme und entwickeln konkrete, handhabbare Lösungen, z. B. bei der Bewältigung von Widerständen/Konflikten oder der Implementierung von Veränderungsprozessen • nehmen eine evidenzbasierte Auswahl und Planung von Maßnahmen für ausgewählte Fragestellungen der Organisationspsychologie vor Teil 2: Seminar Kenntnisse Die Studierenden erwerben: • ein Verständnis für die Bedeutung und Mechanismen zielgruppenorientierter Kommunikation im Kontext der Organisationspsychologie. • Kenntnisse über verschiedene Präsentations- und Kommunikationstechniken, wie Pitch, organisationsdiagnostisches Interview und Beratungsgespräch. • ein grundlegendes Verständnis der Anforderungen an die Kommunikation im internationalen Umfeld und auf Englisch. Fertigkeiten Die Studierenden ... • kommunizieren organisationspsychologische Maßnahmen und Konzepte verständlich und präzise für verschiedene Zielgruppen. • wenden Feedback-Methoden an, um konstruktiv Rückmeldungen zu geben und auf Kritik einzugehen. Kompetenzen Die Studierenden... • kommunizieren sicher im internationalen Organisationsumfeld, insbesondere durch die Nutzung der englischen Sprache und die Berücksichtigung kultureller Unterschiede. • entwickeln bzw. wählen Kommunikationsstrategien, die zur Akzeptanz und Umsetzung organisationspsychologischer Maßnahmen beitragen. • treten in Beratungssituationen überzeugend auf und vermitteln ihr Fachwissen professionell. Teil 3: Projektarbeit
--	---

	Kenntnisse Die Studierenden erwerben... • ein tiefergehendes Wissen über die Planung und Umsetzung von Transformationsprozessen sowie über Teamprozesse und Führungsherausforderungen. • ein fundiertes Verständnis der Anwendung organisationspsychologischer Konzepte in Projektarbeit, einschließlich Change Management, Teamdynamiken und Führungsthemen. • Einblicke in die Methodik der Projektarbeit, inklusive Zeit- und Ressourcenmanagement. Fertigkeiten Die Studierenden... • wenden wissenschaftliche Methoden (z. B. Interviews, Umfragen, Fallstudien) im Rahmen einer Projektarbeit an • evaluieren Interventionen hinsichtlich Akzeptanz und Wirksamkeit durch die Anwendung statistischer Methoden Kompetenzen Die Studierenden... • erweitern ihre Methodenkompetenz indem sie organisationspsychologische Theorien und Modelle auf praktische Fragestellungen im Rahmen einer wissenschaftlich-fundierten Projektarbeit anwenden • sind zur Präsentation und Vermittlung komplexer organisationspsychologischer Inhalte an verschiedene Zielgruppen befähigt und können ihre Vorschläge und Konzepte in der Praxis vertreten • agieren in selbstgesteuerten Teams kollaborativ und lösungsorientiert
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit interaktiven Übungselementen, Projekt- und Gruppenarbeit, Exkursion/ Praxisvorträge, seminaristischer Unterricht/ Ganztages-Workshops, Flipped Classroom. Integration von empirischen Studien in Diskussionen und Fallstudien
Literatur	1. Skripte der jeweiligen Dozenten 2. Deutschsprachige Literatur: • Schuler, H. & Moser, K. (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie. Hogrefe Verlag. • Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie. Springer Verlag. • Kauffeld, S. (Ed.). (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (3. Ausgabe). Springer. 3. Englischsprachige Literatur: • Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). <i>Organizational Behavior</i>. Pearson. • Schein, E. H. (2016). <i>Organizational Culture and Leadership</i>. Wiley. • Thompson, L. (2007). <i>Organizational Behavior Today</i>. Prentice Hall.

Vertiefungsmodul: Mensch Maschine Interaktion und User Experience

Englischer Titel	Human Machine Interaction and User Experience
Turnus / Dauer	Jährlich / Wintersemester
Studienabschnitt	4. Studienjahr, 7. Semester
Modulart	Pflichtmodul
Veranstaltungsformat	SU/Ü
Verwendbarkeit	Dieses Modul baut auf der Arbeits- und Ingenieurpsychologie auf und ist Teil der Vertiefungsphase

Veranstaltungssprache	Deutsch und Englisch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Peter Cocron		
Dozent:in	Prof. Dr. Peter Cocron, Prof. Dr. Barbara Eschner, weitere Dozent:innen und Lehrbeauftragte		
SWS Umfang	10		
Arbeitsaufwand	15 ECTS * 30 h = 450 Stunden Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 112 (15 Wochen x 10 SWS)	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 96	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 95
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): 75	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): 70	Prüfungszeit (min): 2h
Prüfungsform und Gewichtung der Note	• Vorlesung Mensch-Maschine-Interaktion und UX: schrP (45 min) und Kurzbericht, 40% der Gesamtnote • Seminar „Prototyping“: Präsentation, 20% der Gesamtnote • Projektarbeit: Präsentation & Abschlussbericht, 40% der Gesamtnote		
ECTS Credits	15		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen aller Teilprüfungen		
Notenskala	Gemäß § 20 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Augsburg in der jeweils gültigen Fassung.		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Mindestens 80 CPs		
Inhalt	Methoden, Tools und aktuelle Entwicklungen der Forschung zu Mensch-Maschine-Interaktion und User Experience werden vertieft, um konkrete Vorschläge für die Gestaltung und (Weiter-)entwicklung von Mensch-Maschine-Schnittstellen abzuleiten. Ziel ist es, Prinzipien der nutzerzentrierten Entwicklung zu verinnerlichen, erste eigene Konzeptideen prototypisch umzusetzen und Strategien für die Evaluation in unterschiedlichen Bereichen zu entwickeln. Teil 1: Vorlesung „Mensch-Maschine-Interaktion, Mensch-Roboter-Interaktion und User Experience“ (4 SWS, 6 ECTS; Prof. Dr. Cocron, Lehrbeauftragte) • Spezielle Modelle der Mensch-Technik-Interaktion und UX • Assistenzsysteme in unterschiedlichen Domänen • Grundlagen der Mensch-Roboter-Interaktion • Menschliche Nutzung von Automation und künstlicher Intelligenz • Ausgewählte Methoden aus der Praxis (z.B. Cognitive Walkthrough, Task Analysis) Teil 2: Seminar „Prototyping“ (2 SWS, 3 ECTS, Prof. Dr. Cocron, Lehrbeauftragte) • Einführung ins Prototyping • Designprozesse (Anforderungsanalysen, User Flows, Wireframes) • Grundlagen UX/UI-Design (UX Patterns, Designsysteme) • Vorstellung und Anwendung von Prototyping Tools Teil 3: Projektarbeit (4 SWS, 6 ECTS; Prof. Dr. Eschner, Prof. Dr. Cocron) • Auftragsklärung • Projektplanung • Methodische Konzepterstellung im Bereich HMI und UX • Evaluation • Aufbereitung der Projektergebnisse		

Qualifikationsziele	Teil 1 Vorlesung: Kenntnisse: Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen ... • Konzepte der Mensch-Technik-Interaktion • Lernen und Vertrauen im Umgang mit Technik • Wirkung von Automation, Robotik, Assistenz auf den Menschen • Qualitative und quantitative Methoden der Evaluation von Mensch-Maschine-Schnittstellen (Konzeption von experimentellen und nicht-experimentellen Studien und deren statistische Auswertung) Fertigkeiten: Die Studierenden... • erfassen die menschlichen Anforderungen an Mensch-Maschine-Schnittstellen mit geeigneten Methoden • wissen, welche Bedeutung das menschenzentrierte Vorgehen bei der Entwicklung von Mensch-Maschine-Schnittstellen hat. • erlangen Fertigkeiten, ihre Ideen und Konzepte verständlich zu kommunizieren • evaluieren aktuelle Trends und Technologien und deren Auswirkungen auf die Nutzerinnen und Nutzer Kompetenzen: Die Studierenden... • sind sich der Vor- und Nachteile bestimmter Methoden bewusst und wählen die jeweils passende Vorgehensweise für die Studienkonzeption aus. • sind in der Lage, Anforderungen sinnvoll und strukturiert zu erfassen, dass konkrete Ableitungen getroffen werden können. • können selbstständig Studien planen, Daten erheben und auswerten • vertiefen ihr technisches Verständnis von Innovationen und können ihre entwickelten Konzeptideen auch im interdisziplinären Kontext nachvollziehbar darstellen. • verinnerlichen die Prinzipien der menschenzentrierten Entwicklung von Mensch-Maschine-Schnittstellen Teil 2: Seminar Kenntnisse Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen ... • Prototyping und Konzeptentwicklung • Erstellung von User Flows und UI Flows • Entwicklung von ersten Wireframes digital und auf Papier Fertigkeiten Die Studierenden... • haben einen Überblick über gängige Tools im Prototyping • bekommen einen Einblick in Designprozesse • erarbeiten sich die Grundlagen im UX/UI-Design Kompetenzen Die Studierenden... • können Anforderungen in konkrete Konzeptvorschläge überführen • schätzen ihre eigenen Fähigkeiten realistisch ein • nutzen Prototypingtools zur Erstellung von Konzepten Teil 3: Projektarbeit Kenntnisse Die Studierenden erlangen spezifische Kenntnisse in den Bereichen ... • Denk- und Handlungsweisen im nutzerzentrierten Entwicklungsprozess • Visualisierung und Präsentation von Ideen für technische Mensch-Maschine-Schnittstellen
-----------------------------------	--

	Fertigkeiten Die Studierenden... • können je nach Fragestellung geeignete Methoden zur Evaluation bestimmen • wenden in der Vertiefung Prinzipien der menschenzentrierten Entwicklung von Mensch-Maschine-Schnittstellen an. • leiten eigenständig den Bedarf für Training und Interventionen ab Kompetenzen Die Studierenden... • entwickeln ein Verständnis für die Bedürfnisse und Ziele konkreter Auftraggeber und Kunden • planen realistisch und anwendungsnah • präsentieren ihre Ergebnisse passend für einen interdisziplinären Kontext
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Flipped Classroom, Gastvorträge bzw. Exkursionen
Literatur	• Skripte der Dozent:innen • Bartneck, C., Belpaeme, T., Eyssel, F., Kanda, T., Keijsers, M., & Šabanović, S. (2024). <i>Human-robot interaction: An introduction</i>. Cambridge University Press. • Butz, A., Krüger, A., & Völkel, S. T. (2022). <i>Mensch-Maschine-Interaktion</i>. de Gruyter. • Diefenbach, S., Hassenzahl, M. (2017). <i>Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung</i>. Springer. • Lee, John & Wickens, Christopher & Liu, Yili & Boyle, Linda. (2017). <i>Designing for People: An introduction to human factors engineering</i>. CreateSpace.

31. Bachelorarbeitsseminar

Englischer Titel	Bachelor Thesis Seminar Course		
Turnus / Dauer	Jährlich / 1 Semester		
Studienabschnitt	4. Studienjahr, 7. Semester		
Modulart	Pflichtmodul		
Veranstaltungsformat	S		
Verwendbarkeit	BA Wirtschaftspsychologie		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Eva Lemer		
Dozent:in	Prof. Dr. Peter Cocron, Prof. Dr. Barbara Eschner, Prof. Dr. Eva Lerner, Prof. Dr. Simone Kubowitsch, Prof. Dr. Sarah Hatfield, weitere Dozent:innen		
SWS Umfang	2		
Arbeitsaufwand	3 ECTS * 30 h = 90 Stunden		
	Zusammengesetzt wie folgt:		
	Präsenzzeit (h): 22	Eigenständige Vor- und Nachbereitungszeit (h): 48	Gelenkte Vor- und Nachbereitungszeit / Übung (h): 20
	Erstellung Haus-, Seminar-, Studienarbeiten (h): ./.	Vorbereitungszeit für Prüfung (h): ./.	Prüfungszeit (min): ./.
Prüfungsform und Gewichtung der Note	Präsentation (15-30min), 100%		
ECTS Credits	3		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Präsentation In diesem Seminar besteht Anwesenheitspflicht!		
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung		
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: Besuch der Module Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden, Testdesign, Surveys und Evaluation, Experimentelle Forschung und agile Arbeitstechniken, Qualitative Forschungsmethoden		
Inhalt	Die Studierenden haben die Möglichkeit, konzeptionelle Überlegungen sowie ihre methodische Umsetzung der Bachelor-Thesis zu diskutieren und im Rahmen des Seminars weiterzuentwickeln. Fragestellungen zu Quellenarbeit, Umgang mit geistigem Eigentum sowie der Zeitplanung sind Inhalte der Begleitung.		
Qualifikationsziele	Die Studierenden... - kennen Möglichkeiten der Analyse, Lösung und Darstellung von wissenschaftlichen Problemen – auch unter Einbeziehung der Praxisforschung. - beschreiben Möglichkeiten zur Konzeption, Planung und zum Aufbau einer Bachelor-Thesis. - beschäftigen sich mit Themenfindung, Zielsetzung und Forschungsfragen in Bezug auf ihre Bachelor-Thesis. - präsentieren den Stand ihres Projektes, geben sich gegenseitig und erhalten Feedback, das sie umsetzen. - differenzieren und erweitern ihr Wissen, ihre Fertigkeiten und Kompetenzen bezüglich der Umsetzung von wirtschaftspsychologischen Fragestellungen in angewandte Forschungsstudien. - benutzen Literatur (Recherche, Umgang) und üben sich im Umgang mit geistigem Eigentum sowie der Zeitplanung.		

	• können Konzeptionen, Planungen und Projekte konstruktiv und innovativ, theoretisch fundiert und reflektiert organisieren, durchführen und evaluieren.
Lehr- und Lernmethoden	• Seminar
Literatur	• Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). Planen, Durchführen und Auswerten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften. Pearson Studium. • Peters, J. H. & Dörfler, T. (2019). Schreiben und Gestalten von Abschlussarbeiten in der Psychologie und den Sozialwissenschaften. Pearson Studium. • Spaeth-Hilbert, T. & Imhof, M. (2020). Bachelorarbeit in Psychologie. UTB. • vgl. Literaturempfehlungen der Dozierenden

32. Bachelorarbeit

Englischer Titel	Bachelor Thesis
Turnus / Dauer	Jährlich / 2 Semester
Studienabschnitt	4. Studienjahr, 7. Semester
Modulart	Pflichtmodul
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie
Veranstaltungssprache	Deutsch / mit Genehmigung auch in Englisch
Modulverantwortliche:r	Prof. Dr. Eva Lermer
ECTS Credits	12
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestandene Bachelorarbeit
Notenskala	Gem. §20 der allgemeinen Prüfungsordnung der TH Augsburg i.d. jeweils gültigen Fassung
Teilnahme-voraussetzungen	Verpflichtende Voraussetzungen: siehe Studien- und Prüfungsordnung Empfohlene Voraussetzungen: keine
Inhalt	Die Arbeit kann in Kooperation mit Organisationen oder Unternehmen mit Bezug zur Wirtschaftspsychologie absolviert werden. Ebenso werden an der Hochschule geeignete Themen zur Anfertigung einer Bachelorarbeit angeboten, die einen Bezug zu späteren Tätigkeiten besitzen.
Qualifikationsziele	Die Bachelorarbeit ist Bestandteil der wissenschaftlichen Ausbildung und stellt eine Prüfungsleistung zum Bachelorabschluss dar. Mit dieser Arbeit weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, die im Rahmen des Studiums erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten in einer selbstständigen wissenschaftlichen Arbeit auf komplexe Aufgaben- oder Fragestellungen in einem vorgesehenen Zeitrahmen anzuwenden und eigenständig eine Arbeit anzufertigen.
Literatur	Richtet sich nach dem in der Bachelorarbeit behandelten Themengebiet.