



Bestätigung psychologischer Lehrinhalte Studium der Wirtschaftspsychologie (BA) nach Prüfungsordnung 17

Das Studium der Wirtschaftspsychologie an der Fachhochschule Bielefeld umfasst psychologische Lehrinhalte im Umfang von 132 ETCS (inklusive Praxisprojekt von 18 ECTS und Bachelorarbeit von 12 ECTS).

Diese verteilen sich wie folgt:

1. Statistik und Methoden (30 ECTS)

Modul: Statistik (9 ECTS)

Skalierung, deskriptive Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung, Häufigkeitsverteilungen, Wahrscheinlichkeitsverteilungen, Stichproben, Konfidenzintervall, statistischer Hypothesentest, Beta-Fehler und Power, Ein-Stichproben-t-Test, t-Test für unabhängige Stichproben, Chi-Quadrat-Test, F-Test, Kovarianz und Korrelation, einfache lineare Regression, Anwendung aller Inhalte mit Taschenrechner, Einführung in das Statistikpaket SPSS.

Modul: Methodenlehre I (3 ECTS)

Methoden und Gegenstände der empirischen Wissenschaft, wissenschaftstheoretische Grundlagen, Forschungsethik, Verfälschungsquellen der beschreibenden Statistik, Aufbau und Durchführung von empirischer Forschung, Gütebeurteilung empirischer Studien, psychologische Testkonstruktion.

**Fachbereich
Wirtschaft und Gesundheit**

Prof. Dr. Alexander Haubrock

Interaktion 1
33619 Bielefeld

Stadtbahnlinie 4
Haltestelle Wellensiek

Telefon +49.521.106-70355
Telefax +49.521.106-5086
alexander.haubrock@fh-bielefeld.de
www.fh-bielefeld.de/fb5

Bielefeld, 25.03.2019

Modul: Methodenlehre II (6 ECTS)

Lesen und kritisches Reflektieren von Fachartikeln, spezielle Probleme der wichtigsten experimentellen und nicht-experimentellen Studiendesigns. Systematische Reviews und Metaanalysen. Funktionsweise der wichtigsten statistischen Verfahren (multiple Regression, Varianzanalyse, Faktorenanalyse)

Modul: Marktforschung (6 ECTS)

Stichproben, Methoden der Marktforschung, Alpha-Fehler-Inflation, Ein- und Zweifaktorielle Varianzanalyse, Varianzanalyse mit Messwiederholung, Allgemeines lineares Modell, multiple lineare Regression, Faktorenanalyse, Anwendung aller Inhalte mit dem Statistikpaket SPSS.

Modul: Diagnostik und Evaluation (6 ECTS)

Anforderungsanalyse Instrumente des Eigenschaftsansatzes, des Simulationsansatzes, z.B. Rollenspiel, und des biografischen Ansatzes, z.B. Biographisches Interview. Instrumente der summativen und formativen Evaluation, Fragenbogenkonstruktion. Klassische Testtheorie, Reliabilitätsschätzungen, praktische Schwierigkeits-, Streuungs-, Trennschärfe-, Homogenitätsberechnung für Itemanalysen mit SPSS.

2. Psychologische Grundlagen (18 ECTS)

Modul: Allgemeine Psychologie (6 ECTS)

Aufbau des Zentralen Nervensystems, insbesondere des Gehirns, Physiologie der Sinnesorgane Auge, Ohr, Haut, des Geruch- und Geschmacksinns. Zentrale Verarbeitung der Informationen aus den Sinnesorganen im Gehirn. Lerntheorien, insbesondere Konditionieren, implizites Lernen, sozialkognitives Lernen, Wissenserwerb und Kategorienbildung. Aufbau des Gedächtnisses, Denken und Problemlösen. Motivationstheorien, insbesondere situative und Anreiztheorien. Aggressionsmotiv, Affiliationsmotiv, Leistungsmotiv, Neugiermotiv. Emotion einschließlich neurophysiologischer Grundlagen.

Modul: Persönlichkeitspsychologie (6 ECTS)

Definition des Persönlichkeitskonstrukts, Dispositionale Theorien, Biologische Theorien, Psychoanalytische Theorien, Neoanalytische Theorien, Phänomenologische Theorien, Lerntheorien, Eklektischer Ansatz zur Beschreibung der Persönlichkeit.

Modul: Sozialpsychologie (6 ECTS)

Theorien der sozialen Informationsverarbeitung, gruppenpsychologische Prozesse, soziale Urteilsbildung, Einstellungen und Einstellungsänderungen, interpersonale Beziehungen. Massenpsychologische Phänomene, Psychologie des Überzeugens.

3. Angewandte Psychologie (30 ECTS)

Modul: Arbeits- und Ingenieurpsychologie (6 ECTS)

Belastung, Beanspruchung, Stressmodelle, Burnout. Theorien der Arbeitszufriedenheit und der Arbeitsmotivation, handlungstheoretische Modelle. Gestaltung von Mensch-Maschine- und Mensch-Computer-Systemen. Beleuchtung, Schall und Lärm am Arbeitsplatz, Arbeitszeitmodelle, Schicht- und Nachtarbeit.

Modul: Personal- und Organisationspsychologie (6 ECTS)

Personalauswahl, Personalentwicklung und Personalbeurteilung. Führungstheorien, Teamarbeit und Konflikte in Teams, Mobbing. Organisationsklima und –kultur, Organisationsentwicklung, Umgang mit Widerständen in Veränderungsprozessen.

Modul: Psychologie abweichenden Verhaltens (3 ECTS)

Definition Abweichendes Verhalten, Klassifikationssysteme DSM-V und ICD-10 bzw. ICD-11, Klinische Diagnostik: Die körperliche, neurologische und neuropsychologische Untersuchung, psychosoziale Diagnostik, Stressbelastung, Stressbewältigung, Belastungsprävention, Definition: Psychische Störung, Grundeinteilung von psychischen Störungen, Interventionen bei abweichendem Verhalten, Selbsthilfe, Psychotherapieverfahren, Approbation, Richtlinienverfahren, Ausgewählte psychische Störungsbilder.

Modul: Grundlagen des Marketings und der Werbepsychologie (6 ECTS)

Kaufentscheidungsformen und –prozesse und ihre psychologischen Erklärungsansätze: Wahrnehmung, Informationsverarbeitung, Gedächtnis, Einstellungen, Gruppenverhalten. Kundentypologien, Psychologische Aspekte der Produkt-, Preis- und Werbegestaltung und des Verkaufs, Medienpsychologie, Markt- und werbepsychologische Wirkungsmodelle, Psychologie konsumrelevanter Gewohnheiten, Psychologie konsumrelevanter Einstellungen, Psychologie konsumrelevanter Gruppeneinflüsse: vom Haushalt bis zum kulturellen Kontext.

Modul: Psychologie makroökonomischer Prozesse (3 ECTS)

Langfristige und kurzfristige wirtschaftliche Entwicklung und ihre psychologischen Einflussfaktoren. Gesellschaftliche Werte, Wertewandel, Ressource Geld: Wahrnehmung, Sparen und Verschulden, Anlegen.

Modul: Pädagogische Psychologie (6 ECTS)

Theorien, Methoden und empirische Befunde der Entwicklungspsychologie und Pädagogischen Psychologie. Entwicklung über die gesamte Lebensspanne, Entwicklungsprozesse mit Bezug zu beruflichen Kontexten, z.B. Berufswahl und erfolgreiches Altern. Lernen mit Medien, Standardmethoden der Personalentwicklung, z.B. Verhaltensmodellierung und Team Entwicklung, Messen von Wissen.

4. Psychosoziale Kompetenzen (6 ECTS)

Modul: Kommunikations- und Managementkompetenzen (5 ECTS)

Selbstmanagement, Präsentationstechniken, Moderationstechniken, Kommunikationsmodelle, Kreativitätstechniken, Gesprächstechniken, Konfliktmanagement

5. Anwendung methodischer, psychosozialer und wirtschaftspsychologischer Kompetenzen (18 ECTS)

Modul: Vertiefung Marketing für Wirtschaftspsychologen oder Vertiefung Personal für Wirtschaftspsychologen (6 ECTS)

In Abhängigkeit der gewählten Vertiefungsrichtung (Marketing oder Personal) wird eines der obigen Module belegt: Die Module thematisieren jeweils aktuelle psychologische Themenfelder aus dem Bereich Marketing und Werbepsychologie (z.B. Konsumentenforschung) oder der Personalpsychologie (z.B. Auswahlverfahren oder PE-Entwicklung).

Modul: Wirtschaftspsychologisches Projekt (12 ECTS)

Durchführung einer eigenständigen Projektarbeit in einer kleinen Gruppe von Studierenden. Anwendung methodischer Kompetenzen bei der Durchführung einer empirischen Erhebung. Anwendung psychosozialer Kompetenzen in der Projektarbeit mit einem betrieblichen Kooperationspartner, Anwendung wirtschaftspsychologischer Kompetenzen bei der Konzeption einer Maßnahme für den betrieblichen Projektpartner.

Prof. Dr. Alexander Haubrock

Studiengangsleiter Wirtschaftspsychologie (Bsc.)

Die Bestätigung stellt kein Zeugnis dar, sondern dient lediglich der ausführlicheren Darstellung der laut Prüfungsordnung angebotenen Studieninhalte.

Dieses Dokument wurde elektronisch geschützt und weitergeleitet und ist deshalb nicht handschriftlich unterzeichnet. Bei Rückfragen bezüglich der Authentizität des Dokuments oder der Inhalte wenden Sie sich bitte gerne an mich persönlich.