

Master Wirtschaftspsychologie & Business Transformation M.Sc.
in Kooperation mit dem Graduate Campus Hochschule Aalen

MODULHANDBUCH –

Wirtschaftspsychologie & Business Transformation

SPO (EPO-Version) 901

Stand November 2025

Inhaltsverzeichnis

Semester 1: Pflichtmodule.....	4
Konzepte der Wirtschaftspsychologie I.....	5
Konzepte der Wirtschaftspsychologie II.....	7
Qualitative Datenanalyse	9
Business Transformation	11
 Semester 2: Pflichtmodule.....	 13
Arbeits- und Organisationspsychologie	14
Kommunikations- und Konsumpsychologie.....	16
Quantitative Datenanalyse.....	19
Artificial Intelligence for Business Transformation	21
 Semester 3: Wahlmodule der Wahlblöcke.....	 23
Digitale Transformation.....	24
Leadership & New Work.....	27
Innovationsmanagement & New Business Development	29
Personal- und Organisationsentwicklung	31
Agile Methoden & Change.....	34
Entscheidungsprozesse & Behavioral Economics	36
Business Consulting	38
Coaching	40
 Semester 4: Pflichtmodule.....	 42
Transferprojekt.....	43
Masterthesis	45

Verwendete Abkürzungen der Prüfungsarten:

PLA = Praktische Arbeit

PLC = Multimedial gestützte Prüfung (E-Klausur)

PLE = Entwurf

PLF = Portfolio

PLK = schriftliche Klausurarbeiten

PLL = Laborarbeit

PLM = Mündliche Prüfung

PLP = Projekt

PLR = Referat

PLS = Seminar-/Studien-/Hausarbeit / Forschungsbericht

PLT = Lerntagebuch

PMC = Multiple Choice

PPR = Praktikum

Studienverlauf Master „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ M.Sc.:

SEMESTER 1	SEMESTER 2	SEMESTER 3		SEMESTER 4
		Digital Business Management	Leadership & People Development	
Konzepte der Wirtschaftspsychologie I	Arbeits- und Organisationspsychologie	Digitale Transformation	Leadership & New Work	Transferprojekt
Konzepte der Wirtschaftspsychologie II	Kommunikations- und Konsumpsychologie	Innovationsmanagement & New Business Development	Personal- und Organisationsentwicklung	Masterthesis 25 ECTS
Qualitative Datenanalyse	Quantitative Datenanalyse	Agile Methoden & Change	Entscheidungsprozesse & Behavioral Economics	
Business Transformation	Artificial Intelligence for Business Transformation	Business Consulting	Coaching	
Pflichtblock	Pflichtblock	Semester 3: wähle 1 Block aus 2 mit 4 Module á 5 ECTS		

Semester 1: Pflichtmodule

Konzepte der Wirtschaftspsychologie I

Die Teilnehmenden sind in der Lage, vertiefte fachliche Kompetenzen im Bereich der Sozialpsychologie und differentiellen Psychologie einzusetzen. Sie können psychologische Erkenntnisse zu den grundlegenden Einflüssen von individuellen Unterschieden und der sozialen Umwelt auf das Erleben, Denken und Verhalten von Personen darlegen. Sie sind in der Lage wiederzugeben, wie menschliches Verhalten durch diese Faktoren beeinflusst wird, und können deren Relevanz für die Anwendung (im Kontext der Wirtschaft) beurteilen. Damit sind sie fähig, wirtschaftspsychologische Fragestellungen mit Hilfe von sozial- und persönlichkeitspsychologischen Theorien und Befunden zu beantworten.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81001
EPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Patrick Müller
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz / virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81101 Konzepte der Wirtschaftspsychologie I
Lehrende/r	Prof. Dr. Patrick Müller
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Klausur 60 Min
Ermittlung der Modulnote	PLK 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Einführung in die Geschichte und Methodik der Psychologie
2. Neurowissenschaften und Verhalten
3. Wahrnehmung
4. Lernen
5. Gedächtnis
6. Denken und Sprache
7. Grundlagen der differentiellen Psychologie und Persönlichkeitspsychologie
8. Überblick über die verschiedenen Persönlichkeitstheorien
9. Intelligenz und weitere Persönlichkeitsbereiche
10. Geschlechts- und Kulturunterschiede
11. Person und Situation im wirtschaftspsychologischen Kontext

Fachkompetenz

Nach der erfolgreichen Teilnahme können die Teilnehmenden die oben beschriebenen Grundlagen sowie die Methoden der Sozialpsychologie und differentiellen Psychologie herausstellen und beurteilen. Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Ergebnisse von empirischen Studien zu interpretieren und das erworbene Wissen auf Fragestellungen im wirtschaftspsychologischen Kontext zu übertragen. Damit sind sie fähig, wirtschaftlich relevante Fragestellungen aus einer psychologischen Perspektive zu beantworten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden haben in der kritischen Auseinandersetzung mit den Befunden ihre Reflektions- und Kommunikationsfähigkeiten weiter ausgebaut. Zudem sind sie in der Lage, Forschungsdesigns und -ergebnisse kritisch zu bewerten und können aus der Methodenvielfalt geeignete auswählen und analysieren.

Literatur

- Aronson, E., Wilson, T. & Akert, R. (2014). Sozialpsychologie. Pearson.
- Asendorpf, J. B. (2015). Persönlichkeitspsychologie für Bachelor. Springer.
- Birnbaumer, N.-P. & Schmidt, R. F. (2010). Biologische Psychologie. (7., überarbeitete und erg. Auflage). Heidelberg: Springer.
- Gerrig, R. J. (2018). Psychologie (21. aktualisierte Auflage). Hallbergmoos: Pearson.
- Moser, K. (2015). Wirtschaftspsychologie. Springer.
- Myers, D. G. (2014). Psychologie (3., vollst. überarb. und erw. Auflage). Heidelberg: Springer.
- Müsseler, J. (2017). Allgemeine Psychologie (3. Auflage). Hiedelberg: Springer.
- Notling, H.-P. & Paulus, P. (2018). Psychologie lernen. Eine Einführung und Anleitung (15. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Schandry, R. (2016). Biologische Psychologie (4. überarbeitete Auflage). Weinheim: Beltz.

Konzepte der Wirtschaftspsychologie II

Die Teilnehmenden sind in der Lage, vertiefte fachliche Kompetenzen im Bereich der Allgemeinen Psychologie einzusetzen. Sie können psychologische Erkenntnisse zu den grundlegenden kognitiven und affektiven Prozessen darlegen. Sie sind in der Lage zu erläutern, wie menschliches Verhalten durch diese grundlegenden Prozesse beeinflusst wird, und können deren Relevanz für die Anwendung beurteilen. Damit sind sie fähig, wirtschaftspsychologisch relevante Fragestellungen mit Hilfe von psychologischen Theorien und Befunden zu beantworten.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81002
EPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Batz
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz / virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81102 Konzepte der Wirtschaftspsychologie II
Lehrende/r	Prof. Dr. Michael Batz
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Klausur 90 Min
Ermittlung der Modulnote	PLK 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Einführung in die Wirtschaftspsychologie
2. Grundlagen der Sozialpsychologie
3. Soziale Kognition
4. Soziale Identität
5. Einstellungen und sozialer Einfluss
6. Prosoziales Verhalten und Aggression
7. Innengruppen- und Intergruppen-Prozesse
8. Motivation
9. Emotion
10. Anlage und Umwelt
11. Entwicklung über die Lebensspanne

Fachkompetenz

Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs können die Teilnehmenden die oben beschriebenen Grundlagen sowie die Methoden der Allgemeinen Psychologie darlegen und beurteilen. Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Ergebnisse von empirischen Studien zu interpretieren und das erworbene Wissen auf Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie zu übertragen. Damit sind sie fähig, wirtschaftlich relevante Fragestellungen aus einer psychologischen Perspektive zu beantworten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden haben in der kritischen Auseinandersetzung mit den Befunden ihre Reflektions- und Kommunikationsfähigkeiten weiter ausgebaut. Zudem sind sie in der Lage, Forschungsdesigns kritisch zu bewerten und können aus der Methodenvielfalt geeignete auswählen und analysieren.

Literatur

- Aronson, E., Wilson, T. & Akert, R. (2014). Sozialpsychologie. Pearson.
- Birbaumer, N.-P. & Schmidt, R. F. (2010). Biologische Psychologie. (7., überarb. und erg. Aufl.). Heidelberg: Springer.
- Gerrig, R. J. (2018). Psychologie (21. aktualisierte Auflage). Hallbergmoos: Pearson.
- Myers, D. G. (2014). Psychologie (3., vollst. überarb. und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer.
- Müsseler, J. (2017). Allgemeine Psychologie (3. Auflage). Heidelberg: Springer.
- Nolting, H.-P. & Paulus, P. (2018). Psychologie lernen. Eine Einführung und Anleitung (15. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Schandry, R. (2016). Biologische Psychologie (4., überarbeitete Auflage). Weinheim: Beltz.

Qualitative Datenanalyse

Die Teilnehmenden sind in der Lage, vertiefte fachliche Kompetenzen im Bereich der qualitativen Sozialforschung anzuwenden. Damit sind sie befähigt, wirtschaftspsychologisch relevante Fragestellungen mit Hilfe qualitativer Forschungsansätze zu erklären. Insbesondere sind sie in der Lage, selbstständig Interviews zu konzipieren, durchzuführen, mit Hilfe inhaltsanalytischer Ansätze auszuwerten und vor dem Hintergrund der gestellten Fragestellung zu interpretieren. Dabei können sie passende methodische Ansätze sowohl reflektiert auswählen als auch einsetzen. Zudem können sie Forschungsergebnisse aus anderen Studien bewerten und interpretieren.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81018
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Stephanie Huber
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz / virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	20 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	100 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81107 Qualitative Datenanalyse
Lehrende/r	Prof. Dr. Stephanie Huber/Dr. Thomas Jercovic
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLS
Ermittlung der Modulnote	Studienarbeit 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Qualitative Forschungsdesigns und Gütekriterien qualitativer Forschung
2. Qualitative Interviewverfahren
3. Gruppengestützte Erhebungsverfahren
4. Projektive Verfahren
5. Einsatz von Tagebüchern / Diary Verfahren
6. Qualitative Inhaltsanalyse
7. Technische Hilfsmittel (Datenerhebung und Auswertung)

Fachkompetenz

Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs sind die Teilnehmenden in der Lage, mit den methodischen Konzepten qualitativer Forschung zu arbeiten, d.h. sie können grundlegende Forschungsprogramme sowie Methoden & Tools der Datenerhebung, -aufbereitung und -auswertung anwenden und können die Vor- und Nachteile des qualitativen Forschungsansatzes darstellen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden haben ihre methodischen Fertigkeiten ausgebaut und sind in der Lage, Studien durchzuführen und deren Ergebnisse zu interpretieren. Zudem sind sie in der Lage, qualitative Forschungsdesigns und -ergebnisse kritisch zu bewerten und ausgewählte gängige qualitative Datenverarbeitungsprogramme anzuwenden.

Literatur

- Flick, U., von Kardorff, U. & Steinke, I. (2015). Qualitative Forschung: Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag.
- Mey, K. & Mruck, G. (Hrsg.) (2020). Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden: Springer.
- Lamnek, S. & Krell, C. (2016). Qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.
- Mayring, P. (2016). Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken (6., überarbeitete Auflage). Weinheim: Beltz.
- Naderer, G. & Balzer, E. (2011). Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen– Methoden – Anwendungen (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Kuckartz, U. (2018). Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (Grundlagentexte Methoden, 4. Auflage). Weinheim: Beltz Juventa.
- Mayring, P. (2015). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. Weinheim: Beltz.
- Gläser, J & Laudel, G. (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS Verlag.

Business Transformation

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Grundlagen der Entwicklung einer Unternehmensstrategie als Antwort auf sich ständig verändernde Marktsituationen und -Anforderungen zu erläutern. Sie können darstellen, wie sie Organisationen weiterentwickeln oder neu ausrichten, um diese Strategien kurz-, mittel- und langfristig umzusetzen. Konkret können sie den neuesten Erkenntnisstand zu Methoden und Lösungen in den Bereichen Organisationsentwicklung und Business Transformation und den damit verbundenen Kulturwandel wiedergeben. Die Teilnehmenden können methodische Konzepte der Organisationsentwicklung und der Business Transformation vertreten.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81008
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jörg Büechl
Studiensemester	1
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81302 Business Transformation
Lehrende/r	Prof. Dr. Jörg Büechl
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	PLP
Ermittlung der Modulnote	Gruppenprojekt und Präsentation 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Die Kurssprache ist Deutsch, Lehr- und Lernmaterialien sind teilweise in Englisch.

Lehrinhalte

1. Klassische und moderne Organisationsmodelle /-Theorie
2. Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensstrategien im Bereich der Unternehmenstransformation
3. X-Events als Treiber von Unternehmenstransformationen
4. Modelle zur Veränderung von Organisationen
5. Gestaltung des Kulturwandels in Zeiten der Digitalisierung

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Konzepte der Organisationstheorie und der Business Transformation darzustellen. Sie können die Ansätze, Konzepte und Implementierungsstrategien von Unternehmenstransformations-Initiativen und -Projekten erläutern. Die Teilnehmenden können hierbei auf Basis von sich verändernden Marktbedingungen Unternehmensstrategien entwickeln und diese mithilfe einer Vielzahl von Methoden und Lösungen im Bereich der Organisationsentwicklung und Unternehmenstransformation umsetzen. Sie sind in der Lage, komplexe und spezielle Fragestellungen im Bereich der Organisationsentwicklung und -Transformation gezielt zu bearbeiten und zu beantworten. Darüber hinaus können die Teilnehmenden den hiermit verbundenen Kulturwandel im Unternehmen initiieren und begleiten und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen weiter ausbauen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu bearbeiten, zu lösen sowie neue Ideen und Lösungsansätze zu generieren und die erarbeiteten Lösungskonzepte zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

- Goulding, Fin; Shaughessy, Haydn: Transformation Spring: How to fix bug transformation problems in just 4 weeks. Independently Published. 2020.
- Jagitani, Lalit: When Change Happens... A Story of Organizational Transformation. LeadThink, 2016.
- Laloux, Frederic; Appert Etienne; Kauschke, Mike. Reinventing organizations: A guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness. Nelson Parker, 2016.
- Perkin, Neil. Agile Transformation: Structures, Processes and Mindsets for the Digital Age. Kogan Page. 2019

Semester 2: Pflichtmodule

Arbeits- und Organisationspsychologie

Die Teilnehmenden bauen vertiefte fachliche Kompetenzen im Bereich der Arbeits- und Organisationspsychologie auf. Sie können psychologische Erkenntnisse und Modelle auf die zentralen Themenfelder der Arbeit und des Verhaltens in Organisationen übertragen. Sie sind in der Lage zu verstehen, wie menschliches Verhalten und Erleben im organisationalen Kontext zustande kommt und können deren Relevanz für die tägliche Arbeit im wirtschaftlichen Kontext beurteilen. Damit werden sie befähigt, Lösungen für Herausforderung bei der Arbeitsgestaltung und organisationaler Veränderungsprozesse mit Hilfe von arbeits- und organisationspsychologischen Theorien und Befunden zu entwerfen.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81004
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Patrick Müller
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz / virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81201 Arbeits- und Organisationspsychologie
Lehrende/r	Prof. Dr. Patrick Müller
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Klausur 90 Min
Ermittlung der Modulnote	PLK 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Definition, Gegenstandsbereich und Geschichte der A&O-Psychologie
2. Bedeutung von Arbeit und Arbeitsmotivation
3. Arbeitshaltungen, Arbeitszufriedenheit und Commitment
4. Gesundheit, Stress und Work-Life-Balance
5. Entscheidung, Kreativität und Innovation
6. Gruppen- und Teamarbeit
7. Diversität und individuelle Unterschiede
8. Interaktion und Kommunikation
9. Kooperation und Konfliktmanagement
10. Führung
11. Macht, Politik und Corporate Social Responsibility
12. Organisationsklima und Unternehmenskultur
13. Organisationaler Wandel

Fachkompetenz

Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul können die Teilnehmenden die oben beschriebenen Themenfelder der Arbeits- und Organisationspsychologie erläutern und Querverbindungen herstellen. Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Ergebnisse von empirischen Studien im Kontext der Arbeits- und Organisationspsychologie zu interpretieren und das erworbene Wissen auf Fragestellungen aus dem beruflichen Alltag zu übertragen. Damit sind sie in der Lage, wirtschaftlich relevante Fragestellungen aus den Themenfeldern der Arbeitsgestaltung und der organisationalen Veränderungsprozesse aus einer arbeits- und organisationspsychologischen Perspektive zu beantworten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden haben in der kritischen Auseinandersetzung mit den Ergebnissen empirischer Studien ihre Reflektions- und Kommunikationsfähigkeiten im Gruppenkontext weiter ausgebaut. Zudem sind sie in der Lage, Studiendesigns und -ergebnisse kritisch zu evaluieren und haben zusätzlich durch die Beschäftigung mit neuen komplexen Erhebungs- und Auswertungsmethoden im organisationalen Kontext ihre Methodenkompetenzen erweitert.

Literatur

- Schuler, H. & Kanning, U. (2014). *Lehrbuch der Personalpsychologie*. Göttingen: Hogrefe.
- Landy, F.J. & Conte, J.M. (2018). *Work in the 21st century: An introduction to industrial and organizational psychology* (6th edition). Hoboken: Wiley.
- Nerdinger, F., Blickle, G. & Schaper, N. (2019). *Arbeits- und Organisationspsychologie*. Berlin: Springer.
- Robbins, S. & Judge, T. (2019). *Organizational Behavior* (18th edition). Boston: Pearson Prentice Hall.

Kommunikations- und Konsumpsychologie

Die Teilnehmenden sind in der Lage, vertiefte fachliche Kompetenzen in ausgewählten Aspekten der Kommunikations- sowie der Konsumpsychologie einzusetzen. Sie sind fähig, die psychologischen Grundlagen von Kommunikation in Unternehmen aufzuschlüsseln, und können daraus Empfehlungen für Führungskommunikation, Personalgespräche, konstruktives Konfliktmanagement und Kundenansprache ableiten und eigenständig weiterentwickeln. Sie können psychologische Einflüsse auf das Konsumverhalten und deren Bedeutung für die Marketingpraxis darlegen. Sie können moderne Datenerhebungsmethoden in der Konsumpsychologie kritisch reflektieren, für unterschiedliche Fragestellungen auswählen und in empirischen Studien anwenden.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81005
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Kristina Weichelt-Kosnick
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz/ virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	20 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	100 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81202 Kommunikations- und Konsumpsychologie
Lehrende/r	Prof. Dr. Kristina Weichelt-Kosnick
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Klausur 60 Min
Ermittlung der Modulnote	PLK 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

Kommunikationspsychologie

- Kommunikationstheorien & Kommunikationsmodelle
- Konflikte und Erfolgsfaktoren gelingender Kommunikation
- Bedeutung von Kommunikation für die Arbeitswelt
- Gesprächsführung in unterschiedlichen Situationen im Kontext Wirtschaftspsychologie: Präsentieren, moderieren, verhandeln, Konflikte bewältigen

Konsumpsychologie

Inhaltliche Themen:

- Zielgruppen, Personas und Konsumententypologie
- Kaufverhalten
- Psychologische Aspekte der Gestaltung von Werbung und Marken

Methodische Themen:

- Eyetracking (Workshop)
- Verfahren zur Zielgruppensegmentierung und -beschreibung
- Markenbekanntheit und Markenstärke
- Messung von Kundenzufriedenheit
- Testung von Werbemitteln

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können die in den Vorlesungen vorgestellten und anhand von Beispielen veranschaulichten Modelle und Theorien der Kommunikationspsychologie erklären, deren Relevanz für die Arbeitswelt kritisch reflektieren und geeigneten Anwendungskontexten zuordnen. Sie sind damit in der Lage, die Komplexität zwischenmenschlicher Kommunikation sowie zentrale kommunikationspsychologische Phänomene zu erkennen, zu analysieren und in ihrer eigenen professionellen Gesprächsführung zu berücksichtigen. Zudem lernen die Teilnehmenden, Ursachen für Kommunikationsstörungen und Hindernisse für gelingende Kommunikation zu identifizieren, zu analysieren und Verbesserungsmöglichkeiten zu entwickeln. Die Teilnehmenden können die Wirkung verschiedener psychologischer Prozesse auf das Konsumentenverhalten einschätzen. Sie können die psychologischen Ansätze und Theorien zu Einflüssen auf das Konsumentenverhalten erklären und geeigneten Marketingfragestellungen zuordnen. Sie können Forschungsbedarf identifizieren und eigenständig Anwendungsmöglichkeiten im praktischen Umfeld entwickeln. Die Teilnehmenden sind in der Lage, geeignete Methoden der Datengewinnung problembezogen auszuwählen und anzupassen, um für wichtige Unternehmensentscheidungen die notwendigen Informationen zu generieren.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden können kommunikationspsychologischen Kompetenzen einsetzen, um ihre individuellen rhetorischen Fähigkeiten weiterzuentwickeln, ihren eigenen Kommunikationsstil und dessen Wirkung auf ein Gegenüber kritisch zu reflektieren, und lösungsorientiert in den Bereichen Moderation, Gesprächsführung sowie Konfliktmanagement zu agieren. Die Teilnehmenden können auch gemeinsam im Team – persönliche Ideen entwickeln, auf einem professionellen Niveau fundiert vertreten und mit konstruktiv-kritischen Rückmeldungen umgehen. Die Teilnehmenden sind in der Lage, recherchierte Informationen und Quellen in Hinblick auf Nutzen und Wissenschaftlichkeit kritisch zu bewerten und einzuordnen. Die Teilnehmenden können überdies geeignete Methoden der Datengewinnung auswählen und anwenden.

Literatur

Kommunikationspsychologie

- Grundlagen: Röhner, J. & Schütz, A. (2020). *Psychologie der Kommunikation*. Berlin: Springer.
- Präsentation: Schulenburg, N. (2017). *Exzellent präsentieren. Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung*. Berlin: Springer Gabler.
- Moderation: Groß, S. (2017). *Moderationskompetenzen: Kommunikationsprozesse in Gruppen zielführend begleiten*. Berlin: Springer gabler.
- Verhandlung: Kreggenfeld, U. (2021). *Erfolgreich systemisch verhandeln*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Konflikte: Proksch, S. (2013). *Konfliktmanagement in Unternehmen: Mediation und andere Methoden für Konflikt- und Kooperationsmanagement am Arbeitsplatz*. Berlin: Springer Gabler.

Konsumpsychologie

- Felser, G. (2015). *Werbe- und Konsumentenpsychologie*. Berlin: Springer.
- Kroeber-Riel, W., & Gröppel-Klein, A. (2019). *Konsumentenverhalten*. München: Vahlen.
- Norton, M. I., Rucker, D. D. & Lamberton, C. (2015). *The Cambridge Handbook of Consumer Psychology*. New York: NY: Cambridge University Press.
- Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, 44, 693-727.

Quantitative Datenanalyse

Die Teilnehmenden sind in der Lage, vertiefte fachliche Kompetenzen im Bereich der quantitativen Sozialforschung einzusetzen. Damit sind sie fähig, wirtschaftspsychologisch relevante Fragestellungen empirisch zu beantworten. Insbesondere sind sie in der Lage, selbstständig Umfragen zu konzipieren, durchzuführen, mit Hilfe statistischer Software auszuwerten und vor dem Hintergrund der gestellten Fragestellung zu interpretieren. Dabei können sie passende methodische Ansätze sowohl reflektiert auswählen als auch einsetzen. Zudem können sie Forschungsergebnisse aus anderen Studien bewerten und interpretieren.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81019
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thomas Bäumer
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz / virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	20 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	100 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81205 Quantitative Datenanalyse
Lehrende/r	Prof. Dr. Thomas Bäumer
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Studienarbeit
Ermittlung der Modulnote	PLS 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Konstruktionsprinzipien von Fragebögen
2. Planung, Entwicklung und Evaluation von Fragebögen
3. Deskriptive Statistik (Variablen, Verteilungen, Kennwerte)
4. Grundlagen der Inferenzstatistik (Stichprobe, Grundgesamtheit, Parameterschätzung)
5. Tests für Unterschiedshypothesen (t-Test, ANOVA, U-Test, Chi²-Test)
6. Tests für Zusammenhangshypothesen (Korrelation, lineare Regression)
7. Softwaregestützte Datenanalyse (z.B. mit Jamovi)

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können Regeln, die bei der Konstruktion von Fragebögen zu beachten sind, erläutern, Probleme bei vorhandenen Fragebögen analysieren und sind somit in der Lage, vorhandene Befragungen zu modifizieren und neue Befragungen zu konzipieren. Zudem können sie die notwendigen quantitativen Methoden der statistischen Datenanalyse anwenden und sind in der Lage, passende deskriptive und inferenzstatistische Verfahren begründet auszuwählen, durchzuführen und zu interpretieren. Auf dieser Basis können sie wirtschaftspsychologische Fragestellungen empirisch erläutern.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden können – auch gemeinsam im Team – persönliche Ideen entwickeln, auf einem professionellen Niveau fundiert vertreten und mit konstruktiv-kritischen Rückmeldungen umgehen. Die Teilnehmenden sind in der Lage, recherchierte Informationen und Quellen in Hinblick auf Nutzen und Wissenschaftlichkeit kritisch zu bewerten und einzuordnen.

Literatur

- Bühner, M. & Ziegler, M. (2017). Statistik Für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Grundlagen und Umsetzung Mit SPSS und R (2. Aufl.). München: Pearson.
- Faulbaum, F. & Prüfer, P. & Rexroth, M. (2009). Was ist eine gute Frage? Die systematische Evaluation der Fragenqualität. Wiesbaden: VS Verlag.
- Field, A. (2016). Adventures in Statistics: The reality Enigma. London: Sage.
- Field, A. P. (2018). Discovering Statistics Using IBM SPSS (5th edition). London: Sage.
- Porst, R. (2014). Fragebogen: Ein Arbeitsbuch (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Raab-Steiner, E. & Benesch, M. (2015). Der Fragebogen: Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung (4. Aufl.). Wien: Facultas Verlag.
- Rasch, B., Frieze, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2014). Quantitative Methoden (1+2): Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler (4. Auflage). Berlin: Springer.
- Schäfer T. (2016). Methodenlehre und Statistik: Einführung in Datenerhebung, deskriptive Statistik und Inferenzstatistik. Springer: Wiesbaden.
- Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2018). Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie (3. Auflage). München: Pearson.

Artificial Intelligence for Business Transformation

Die Teilnehmenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Anwendungsfelder von Künstlicher Intelligenz kritisch zu analysieren und deren Bedeutung für Geschäftsmodelle, Organisationskultur und psychologische Einflussfaktoren zu beurteilen. Sie können eigenständig Konzepte zur Gestaltung und Integration von KI in Transformationsprozesse entwickeln, wobei Change-Management, Mitarbeiterakzeptanz und strategische Unternehmensziele berücksichtigt werden. Darüber hinaus sind sie befähigt, Chancen und Risiken von KI- Anwendungen ganzheitlich zu evaluieren und begründete Handlungsempfehlungen für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Business Transformation abzuleiten.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81022
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Patrick Müller
Studiensemester	2
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz / virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81206 Artificial Intelligence for Business Transformation
Lehrende/r	Prof. Dr. Patrick Müller
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Studienarbeit
Ermittlung der Modulnote	PLS 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Die Kurssprache ist Deutsch, Lehr- und Lernmaterialien sind teilweise in Englisch.

Lehrinhalte

1. Grundlagen KI
2. Potentiale und Herausforderungen für Unternehmen und die Gesellschaft
3. Anwendungsfelder von KI in der Unternehmenspraxis
4. Strategische Rolle von KI im Unternehmenskontext
5. Psychologische und organisationale Perspektive auf die KI Business Transformation
6. Ethik, Governance und verantwortungsvoller Umgang mit KI
7. Ansätze für ein erfolgreiches Change-Management in der KI Business Transformation
8. Projekt- und Fallstudien zu KI in Unternehmen

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Grundlagen künstlicher Intelligenz wiederzugeben. Sie können die methodischen und technischen Möglichkeiten dieser Technologie einschätzen. Sie können mögliche Anwendungsfelder und Transformationspotenziale von Künstlicher Intelligenz im betriebswirtschaftlichen Kontext analysieren und kritisch evaluieren.

Zudem können sie die psychologischen und organisationalen Herausforderungen benennen, die durch den Einsatz von KI in Unternehmen entstehen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, strategische Konzepte und praxisorientierte Lösungen für eine verantwortungsvolle und effektive Business Transformation zu entwickeln.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind fähig, mithilfe der Design-Thinking-Methode in Teams komplexe Problemstellungen zu strukturieren, zu analysieren, zu diskutieren und lösungsorientiert zu bearbeiten. Zudem stärken sie ihre Kompetenz, die ethischen, gesellschaftlichen und psychologischen Implikationen von KI-Technologien in Transformationsprozessen verantwortungsvoll zu reflektieren, zu antizipieren und adäquate Lösungsstrategien zu entwickeln.

Literatur

- Bostrom, N. (2017). *Superintelligence*. Dunod.
- Del Val Núñez, M. T., Yela Aránega, A., & Ribeiro-Soriano, D. (Eds.). (2024). *Artificial Intelligence and Business Transformation: Impact in HR Management, Innovation and Technology Challenges*. Springer.
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. MIT press.
- James, G., Witten, D., Hastie, T. & Tibshirani, R. (2021). *An Introduction to Statistical Learning: with Applications in R*. New York: Springer.
- Marr, B. (2024). *Generative AI in practice: 100+ amazing ways generative artificial intelligence is changing business and society*. John Wiley & Sons.
- Samson, D., Ellis, A., & Black, S. (2022). *Business Model Transformation: The AI & Cloud Technology Revolution*. Routledge.

Semester 3: Wahlpflichtmodule der Wahlblöcke

Digitale Transformation

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die ökonomischen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Auswirkungen der Digitalen Transformation auf Geschäftsmodelle sowie alle betrieblichen Funktionsbereiche zu erläutern. Sie können die wesentlichen Begriffe (wie Industrie 4.0, Big Data, KI) einordnen und spezifische Fragestellungen im Rahmen von Fallstudien analysieren. Sie können die ökonomischen Grundkonzepte in der Analyse von Unternehmen darlegen.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81011
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul – Digital Business Management
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz/ virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Digital Business Management (Master), General Management (Master), Wirtschaftsingenieurwesen (Master)
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81105 Digitale Transformation
Lehrende/r	Prof. Dr. Ingo Scheuermann
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Projekt 100%
Ermittlung der Modulnote	PLP
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Die Kurssprache ist Deutsch, Lehr- und Lernmaterialien sind teilweise in Englisch.

Lehrinhalte

1. Merkmale und Phasen der Digitalen Transformation (DT)
2. Entwicklung der Data Analytics als Grundlage der DT
3. Systematisierung der (Speil-)Felder der DT
4. Ökonomische Grundlagen der Digitalisierung (Network Economics, Sharing Economics, Neue Marktdynamik (Industrieökonomik/Dekonstruktion von Wertschöpfungsketten)
5. Mediennutzung und der Einfluss digitaler Medien auf Geschäftsmodelle
6. Auswirkung auf alle betrieblichen Teilbereiche
7. Konzeption und Taxonomie von Geschäftsmodellen (Business Modell Canvas, Mögliche Taxonomien von Geschäftsmodellen)
8. Entwicklung und Transformation von Geschäftsmodellen in der Praxis
9. Customer / User Experience als Basis der Geschäftsmodellentwicklung
10. Internet of Things / Industrie 4.0 – Digitalisierung von Produktionssystemen
11. Digital Transformation als ganzheitlicher Prozess (Canvas Transformation)

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Entwicklung der Data Analytics als Grundlage neuer Geschäftsmodelle zu beurteilen, insbesondere welche neuen Analysemöglichkeiten welche Fragestellungen beantworten können. Sie können den gesellschaftlichen Wandel und die Mediennutzung als Grundlage eines geänderten Konsumentenverhaltens analysieren, insbesondere Geschäftsmodelle aus dem Blickwinkel der Customer Experience einschätzen. Darüber hinaus können sie den Einfluss der Digitalisierung auf unterschiedliche Unternehmen und Branchen analysieren und beurteilen. Dabei können sie insbesondere Transformationsprozesse in bestehenden Unternehmen mit Schwerpunkt auf produzierende Branchen analysieren. Sie können Organisationen in relevanten Teilfragen der Digitalisierung und insgesamt analysieren, indem sie entsprechende Frameworks (Business Model Canvas, Blue Ocean Strategy, Customer Journey, Grundlagen von Design Thinking, Transformation Canvas) anwenden.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden können Fallstudien analysieren, Literatursuche durchführen und die gefundene Literatur analysieren. Sie sind in der Lage, (wissenschaftlichen) Ausarbeitungen zu erstellen und im Team zu arbeiten.

Literatur

- Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2014): The second machine age. Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. Norton & Company 2014.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons 2010.
- Osterwalder, A. et al. (2014): Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons 2014.

- Solis, B. (2011): The end of business as usual: Rewire the way you work to succeed in the customer revolution. John Wiley & Sons 2011.
- Streibich, K.-H. (2014). The Digital Enterprise. Software AG Darmstadt 2014.
- Westerman, G., Bonnet, D. & McAfee, A. (2014): Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Review Press 2014.

Leadership & New Work

Die Teilnehmenden sind in der Lage, neuere Führungsansätze in ihrer Relevanz für die Praxis einzuteilen und deren Nutzungsmöglichkeiten für die (HR-) Unternehmenspraxis abzuleiten. Sie können die Grundelemente wesentlicher New Work Ansätze darstellen und abwägen, in welchen Unternehmenssituationen und in welcher Form diese sinnvoll in der Praxis einsetzbar sind. Die Teilnehmenden können differenziert eine eigene Position zu diesen neueren Ansätzen vertreten.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81014
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul - Leadership & People Development
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Uta Bronner
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	20 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	100 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81304 Leadership und New Work
Lehrende/r	Prof. Dr. Uta Bronner
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Projekt 100%
Ermittlung der Modulnote	PLP
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Führungsanforderungen in der Praxis
2. Aktuelle Führungstheorien und deren Anwendung, z.B.
 - Transformationale Führung
 - Authentische Führung
 - Shared Leadership
 - Positive Leadership
 - Neuroleadership
3. New Work: Organisationale Paradigmen und Organisationsstrukturmodelle
4. Handlungsfelder der New Work Ansätze, z.B.
 - Kultur, Mindset
 - Purpose
 - Neue Führungsaufgaben
 - Selbstorganisation: Kollaboration, Partizipation
 - Agilität
 - Flexibilisierung: Arbeitsort und -zeit

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können die aktuellen Herausforderungen, denen Führungskräfte in Organisationen gegenüberstehen, differenziert erläutern. Durch die Kenntnis und Reflexion aktueller Führungstheorien können sie HR-Konzepte mit Führungsbezug selbstständig ausarbeiten. Durch den vertieften Einblick in New Work Ansätze können die Teilnehmenden differenziert die Vor- und Nachteile einer Einführung bzw. Nutzung solcher Ansätze abwägen. Sie können ihre Expertise nutzen, um in der Unternehmenspraxis in Diskussionen zum Thema New Work klar Stellung zu beziehen und eigene Impulse zu setzen.

Überfachliche Kompetenz

Durch die Zusammenarbeit der Teilnehmenden bei der Literaturerarbeitung und der Bearbeitung von Fallstudien erwerben sie Sicherheit in der Interpretation und Argumentation fachlicher Inhalte und entwickeln damit zugleich ihre Überzeugungsfähigkeit in fachlichen Diskussionen weiter.

Durch den starken Anwendungsbezug der Lehreinheiten wird das Transferdenken der Teilnehmenden erhöht, dadurch können sie eigene Ideen für ihre Unternehmenspraxis entwickeln.

Literatur

- Franken, S. (2016). Führen in der Arbeitswelt der Zukunft. Instrumente, Techniken und Best-Practice-Beispiele. Wiesbaden.
- Laloux, F. (2015). Reinventing Organisations. München: Vahlen.
- Lang, R. & Rybnikova, I. (2014). Aktuelle Führungstheorien und –konzepte. Wiesbaden: Springer.
- Lippmann, E., Pfister, A. & Jörg, U. (2019). Angewandte Psychologie für Führungskräfte (5. Aufl.). Heidelberg: Springer.
- Schermuly, C. (2019). New Work - Gute Arbeit gestalten (2. Aufl.). Freiburg: Haufe.
- Stock-Homburg, R. & Groß, M. (2019). Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler.

Innovationsmanagement & New Business Development

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Konzepte und Methoden des Innovationsmanagements sowie deren Anwendung anhand von Praxis-Fallstudien darzulegen. Sie können kundenzentriert neue Produkte und Dienstleistungen entwickeln, bewerten, verfeinern und auswählen. Diese können sie dann über einen Prototyp zur Marktreife bringen und in kommerzialisierbare Produkte transferieren. Sie können Innovationstreiber ganzheitlich aus der individuellen Ebene des Mitarbeiters sowie aus dem organisationalen Kontext heraus betrachten. Sie sind in der Lage, die Kommerzialisierung von Innovationen als Teil einer gesamtheitlichen Unternehmensstrategie sowie aus der Perspektive aller beteiligten Stakeholder zu bewerten. Im Bereich New Business Development, der Geschäftsfeldentwicklung auf Basis der Innovationen, können Teilnehmenden konkrete Konzepte und Pläne zur Kommerzialisierung anwenden und umsetzen (z.B. Businessplan, Marketing- und Vertriebskonzepte).

Vor der ersten Lehrveranstaltung wird die Bearbeitung von englischsprachigen digitalen Lernmaterialien vorausgesetzt.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81015
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul - Digital Business Management
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Gerhard Hube
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Digital Business Management (Master), General Management (Master), Wirtschaftsingenieurwesen (Master), Artificial Intelligence (Master)
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81305 Innovationsmanagement & New Business Development
Lehrende/r	Prof. Dr. Gerhard Hube
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Projektarbeit 100%
Ermittlung der Modulnote	PLP
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	Die Kurssprache ist Deutsch, Lehr- und Lernmaterialien sind teilweise in Englisch.

Lehrinhalte

1. Innovationmanagement und dessen Bedeutung für Unternehmen
2. Komplexität des Managements von Innovationen
3. Einfluss von individuellen, organisationalen und unternehmenskulturellen Faktoren auf die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens
4. Analyse von innovationsförderlichen Ansätzen in der Unternehmenspraxis
5. Beurteilung ausgewählter Konzepte und Methoden in der unternehmerischen Praxis
6. Unterschiedliche Perspektiven des Themas Innovationsmanagement
7. Innovationsmanagement und New Business Development
8. Methoden des New Business Development zur Kommerzialisierung der Innovationen
9. Auswahl und Anwendung von fallspezifischen Methoden in der Praxis

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können strategische Prozesse einschätzen und die Kunden- bzw. User- zentrierte Entwicklung und Umsetzung neuer Geschäftsideen beurteilen. Die Teilnehmenden verfügen über Methodenkompetenzen wie analytische Fähigkeiten, konzeptionelle Gestaltungskompetenz sowie die Fähigkeit zur Bewertung von Zukunftstrends.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmende können kooperativ und effektiv in Teams zusammenarbeiten. Sie haben ihre kommunikative Kompetenz verbessert und können diese in unterschiedlichen Rollen zur Geltung bringen. Im Besonderen können sie fachspezifische Diskussionen führen und ihre Arbeitsergebnisse den Anforderungen der Berufswelt entsprechend darstellen und vertreten. Die Teilnehmenden können selbstständig neue Themengebiete erarbeiten, Informationen bewerten, praktische Schlussfolgerungen ziehen, neue Lösungen entwickeln und dabei sowohl gesellschaftliche/soziale als auch ökologische und ökonomische Aspekte berücksichtigen. Dadurch sind die mit dem zivilgesellschaftlichen Engagement verbundenen Ziele, wie die ganzheitliche Bildung der Studierenden zu fördern, erreicht.

Literatur

- W.Chan Kim & Renée Mauborgne (2015): Blue Ocean Strategy. Harvard Business School Press, revised edition.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. JohnWiley & Sons 2010.
- Osterwalder, A. et al. (2014): Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons 2014.
- Osterwalder, A. et al. (2020): The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration from the World's Best Business Models. John Wiley & Sons 2020.

Personal- und Organisationsentwicklung

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Komplexität des Zusammenhangs von Unternehmenserfolg und Personal- und Organisationsentwicklung einzuschätzen und zu beurteilen. Sie können theoretische Konzepte, erfolgskritische Aspekte und ausgewählte Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung erläutern. Sie können die Rolle und Aufgaben der Personalentwicklung in Veränderungsprozessen darlegen und können daraus fundierte Lösungsansätze ableiten. Sie sind fähig, die Besonderheiten spezifischer Veränderungsprozesse zu erläutern.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81010
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul - Leadership & People Development
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Batz
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz/ virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	General Management (Master)
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81104 Personal- und Organisationsentwicklung
Lehrende/r	Prof. Dr. Michael Batz
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Klausur 90 Min
Ermittlung der Modulnote	PLK 100%
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Anlässe, Ziele und Nutzenpotentiale von Personalentwicklungsmaßnahmen
2. Aufgaben, Bestandteile und Akteure der Personalentwicklung
3. Kompetenzmanagement und kompetenzorientierte Personalentwicklung
4. Lerntheorien
5. Klassische und handlungsorientierte Methoden der Personalentwicklung
6. Planung, Entwicklung, Durchführung und Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen
7. Gründe für Veränderungen in Organisationen
8. Ansätze und Methoden organisationaler Veränderungen
9. Planung, Entwicklung, Durchführung und Evaluation von organisationalen Veränderungen
10. Rolle der Personalentwicklung im Rahmen von organisationalen Veränderungen
11. Exemplarische Veränderungsprozesse (z.B. Geschäftsmodellinnovationen, Leitbildentwicklung, Kulturwandel, Fusionen, Krisenbewältigung)

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können die Komplexität des Zusammenhangs von Unternehmenserfolg und Personal- und Organisationsentwicklung einschätzen und beurteilen. Sie sind fähig, theoretische Konzepte und erfolgskritische Aspekte der Personal- und Organisationsentwicklung darzulegen. Sie sind in der Lage, die Rolle und Aufgabe der Personalentwicklung in Veränderungsprozessen zu erläutern. Sie können die wichtigsten Methoden der Personal- und Organisationsentwicklung erläutern und können konkrete Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis der Personal- und Organisationsentwicklung differenziert analysieren, Chancen und Risiken identifizieren und daraus fundierte Lösungsansätze ableiten. Sie können die Besonderheiten spezifischer Veränderungsprozesse differenzieren.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden verfügen über ein interdisziplinäres Verständnis. Sie sind fähig, das eigene Handeln sowie das Handeln anderer Mitarbeitender und der Führungskräfte in arbeitsbezogenen Situationen zu reflektieren und daraus zu lernen. Sie haben ihre kommunikative Kompetenz verbessert und können diese in unterschiedlichen Rollen zur Geltung bringen. Sie können ihre eigenen beruflichen Potentiale besser beurteilen und entwickeln.

Literatur

- von Ameln, F. & Kramer, J. (2016). Organisationen in Bewegung bringen. Handlungsorientierte Methoden für die Personal-, Team- und Organisationsentwicklung. Berlin Heidelberg: Springer.
- Endrejat P. C. & Meinecke A. L. (2021). Kommunikation in Veränderungsprozessen. Psychologische Grundlagen für die Arbeit mit Individuen und Gruppen. Wiesbaden: Springer Nature.
- Kauffeld, S. (2016). Nachhaltige Personalentwicklung und Weiterbildung. Betriebliche Seminare und Trainings

entwickeln, Erfolge messen, Transfer sichern. Berlin Heidelberg: Springer.

- Hoffmann, E. (2018). Personalentwicklung und –controlling. Strategien für den Mittelstand. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Meifert, M. (Hrsg.) (2013). Strategische Personalentwicklung: Ein Programm in acht Etappen. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Reinhardt K. (2020). Digitale Transformation der Organisation. Grundlagen, Praktiken und Praxisbeispiele der digitalen Unternehmensentwicklung. Wiesbaden: Springer Nature.
- Schöffner, G. (2020). Changeprozesse positiv gestalten. Kontinuierliche Veränderungsbereitschaft erzeugen und Widerstände überwinden. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Steinle, C., Eggers, B. & Ahlers, F. (2008). Change-Management. Wandlungsprozesse erfolgreich planen und umsetzen. Mit Fallbeispielen. Schriften zum Management, hrsg. v. Cl. Steinle, Band 30. München, Mering: Rainer Hampp.
- Wegerich, C. (2015). Strategische Personalentwicklung in der Praxis. Instrumente, Erfolgsmodelle, Checklisten, Praxisbeispiele. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler.

Agile Methoden & Change

Die Teilnehmenden können methodische Konzepte der agilen Methoden und des Change-Managements zur Bearbeitung und Lösung von konkreten Aufgaben- und Problemstellungen anwenden. Konkret können die Teilnehmenden den neuesten Erkenntnisstand zu den agilen Methoden Design Thinking und Kanban sowie zu ausgewählten Change-Management Frameworks abgrenzen und gegenüberstellen.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81013
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul - Digital Business Management
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jörg Büechl
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Digital Business Management (Master), General Management (Master), Wirtschaftsingenieurwesen (Master), Artificial Intelligence (Master)
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81204 Agile Methoden & Change
Lehrende/r	Prof. Dr. Jörg Büechl
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Studienarbeit 100%
Ermittlung der Modulnote	PLS
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Grundlagen des Kanban
2. Grundlagen des Design Thinking
3. Agile Leadership
4. Grundlagen, Methoden und Implementierung von Change-Management
5. Praxis und Umsetzung

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können agile Methoden, agile Führung und Methoden des Change-Managements planen und durchführen. Sie können die Ansätze, Konzepte und Implementierungsstrategien von Change-Management-Initiativen wiedergeben. Mittels einer konkreten praxisnahen Aufgabe können die Teilnehmenden Change-Management-Initiativen und agile Methoden hinsichtlich Nutzen und Effekt analysieren, evaluieren und zielgerichtet planen. Sie können agile Führungskonzepte unterscheiden und gestalten, um in Zukunft selbst Change-Projekte zu verantworten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme darzulegen, zu lösen sowie neue Ideen und Lösungsansätze zu generieren und die erarbeiteten Lösungskonzepte zielgruppengerecht zu präsentieren.

Literatur

- Burrows, Mike; Eisenberg, Foliran; Wiedenroth, Wolfgang: Kanban: Verstehen, einführen und anwenden; dpunkt.verlag GmbH, 2015
- Gerstbach, Ingrid: Design Thinking im Unternehmen; Gabal Verlag 2016
- Kotter, John: Accelerate: Strategische Herausforderungen schnell, agil und kreativ begegnen; Vahlen, 2015
- Kotter, John: Leading Change; Harvard Business Review Press, 2016
- Langesand, Nadia; Lewrick; Link, Patrick; Leifer, Larry: Das Design Thinking Playbook; Verlag Vahlen, 2018
- Puckett, Stefanie; Neubauer, Rainer: Agiles Führen: Führungskompetenzen für die agile Transformation; BusienssVillage, 2018.

Entscheidungsprozesse & Behavioral Economics

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die zentralen Konzepte und Methoden der Verhaltensökonomie zu erläutern. Sie können die Bedeutung der Konzepte der Verhaltensökonomie für das Verständnis individueller und organisationaler Entscheidungsprozesse beurteilen. Sie können Handlungsempfehlungen ableiten, die sich auf Theorien der Verhaltensökonomie stützen, und Methoden der Verhaltensökonomie ausarbeiten. Die Teilnehmenden sind in der Lage, den Einsatz verhaltensökonomischer Methoden kritisch zu reflektieren.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81020
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul - Leadership & People Development
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Christiane Schwierien
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz/ virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	General Management (Master)
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81309 Entscheidungsprozesse & Behavioral Economics
Lehrende/r	Prof. Dr. Christiane Schwierien
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Projekt 100%
Ermittlung der Modulnote	PLP
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Entscheidungen von Individuen und Gruppen – Grundlagen der ökonomischen und psychologischen Entscheidungsforschung
2. Grundlagen der Verhaltensökonomie (Definition, Inhalte des Fachgebietes, Grundlegende Theorien, Anwendungsfelder)
3. Methoden der Verhaltensökonomischen Forschung und Anwendung
4. Experimentelle Forschung im Labor und im Feld
5. Randomized Controlled Trials
6. Beobachtung und Umfrageforschung
7. Evidenzbasierte (Unternehmens-)Politik – Anwendungsfelder der Verhaltensökonomik

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, Verhaltenstendenzen bei Individuen und in Organisationen zu beurteilen, zu erläutern und ihre Relevanz für (ökonomische) Entscheidungsprozesse darzustellen. Sie können die grundlegenden Methoden der verhaltensökonomischen Erkenntnisgewinnung herausstellen. Sie können verhaltensökonomisch begründete Interventionen entwickeln und ihren Einsatz kritisch reflektieren.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, sowohl selbstständig als auch im Team Probleme zu analysieren, zu lösen und die erarbeiteten Lösungsvorschläge zielgruppengerecht zu verteidigen. Sie sind in der Lage, sich fachbezogen Informationen zu beschaffen und diese zu strukturieren.

Literatur

- Beck, H. (2014). Behavioral Economics. Eine Einführung. Wiesbaden: Springer.
- The Behavioral Economics Guide 2016 und Folgejahrgänge, ISSN 2398-2020.
- Thaler, R. & Sunstein, C. (2008) "Nudge"

Business Consulting

Die Teilnehmenden sind in der Lage, Aspekte der betriebswirtschaftlichen Unternehmensführung zu darzulegen und zu diskutieren. Sie können wesentliche Charakteristika des Beratungsmarktes sowie unterschiedliche Phasen des Beratungsprozesses im deutschsprachigen Raum darstellen und klassifizieren. Die Teilnehmenden sind in der Lage, ihre Entscheidungen sowie ihr praktisches Handeln auf Basis des theoretischen Wissens und von Gruppendiskussionen zu begründen und kritisch zu hinterfragen. Im Rahmen eines englischsprachigen Planspiels zum Thema „Change-Management“ können die Teilnehmenden die erworbenen Kompetenzen anwenden. Zudem können sie in diesem Zusammenhang aktuelle Modelle sowie die Vorgehensweise bei betrieblichen Veränderungsprozessen diskutieren und bewerten.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81021
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul - Digital Business Management
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Roland Franz Erben
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz/virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81310 Business Consulting
Lehrende/r	Prof. Dr. Roland Franz Erben
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Projekt mit Präsentation 100%
Ermittlung der Modulnote	PLP
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Beratungsmarkt: Entwicklung, Einflussfaktoren und Struktur
2. Typologie von Unternehmensberatungen
3. Berufsbild und Selbstverständnis von Unternehmensberatern
4. Phasen des Beratungsprozess
5. Gestaltung von Beraterverträgen: Vertragsarten (Dienst- vs. Vertrag, Rechtliche Grundlagen, Inhalte, Haftungsfragen)
6. Vergütungsmodelle für Beratungsleistungen
7. Planspiel zum Thema „Change-Management“

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Charakteristika des Marktes für Unternehmensberatungen herauszustellen. Sie können den Beratungsprozess in seiner Gesamtheit sowie wesentliche Inhalte der einzelnen Phasen erklären. Sie sind fähig, die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen, die für die Gestaltung von Beratungsverträgen relevant sind, hervorzubringen. Weiterhin können sie zwischen Dienst- und Werkverträgen unterscheiden und deren unterschiedliche Anwendungsbereiche diskutieren. Überdies sind sie in der Lage, unterschiedliche Vergütungsmodelle zu beurteilen. Schließlich können sie unterschiedliche Modelle im Bereich des „Change-Managements“ darstellen und diese im Rahmen eines Planspiels auf eine vorgegebene Problemstellung durchführen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, eigene Lösungen prägnant darzustellen, fremde Lösungen rasch zu erfassen und gemeinsam zu einem abgestimmten Ergebnis zusammenzuführen. Zudem können sie persönliche Ideen auf einem professionellen Niveau vertreten und präsentieren und beherrschen einen strategischen Argumentationsaufbau. Durch die Integration eines Planspiels sind die Teilnehmenden in der Lage, im Team zusammenzuarbeiten, lösungsorientiert miteinander zu kommunizieren sowie sich gegenseitig zu unterstützen. Sie haben ihre kommunikative Kompetenz erweitert und sind in der Lage, diese in unterschiedlichen Rollen zur Geltung bringen. Zudem können sich die Teilnehmenden in Teamprozesse so einbringen, dass eine gemeinsame Zielerreichung verbessert und die Entwicklung einer produktiven Teamdynamik unterstützt wird.

Literatur

- Bamberger, I.; Wrona, T. [Hrsg.]: Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen -Prozesse – Methoden; 6., akt. u. erw. Aufl. 2012; Springer Gabler
- Deelmann, T.; Krämer, A.: Consulting: Ein Lehr-, Lern- und Lesebuch zur Unternehmensberatung; 2020; Erich Schmidt Verlag
- Ennsfellner, I. [Hrsg.]: Exzellenz in der Unternehmensberatung: Qualitätsstandards für die Praxis Inklusive der EN 16114; 2014; Springer Gabler
- Lippold, D.: Die Unternehmensberatung: Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung; 3., akt. u. erw. Aufl. 2018; Springer Gabler
- Lippold, D.: Grundlagen der Unternehmensberatung: Strukturen – Konzepte – Methoden; 3. Überarb. Aufl. 2019; De Gruyter Oldenbourg
- Niedereichholz C.: Unternehmensberatung - 1. Beratungsmarketing und Auftragsakquisition; 2. Aufl. 2010; De Gruyter Oldenbourg.
- Niedereichholz C. (2012). Unternehmensberatung - 2. Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung; 6. akt. Aufl. 2010; De Gruyter Oldenbourg.

Coaching

Die Teilnehmenden sind in der Lage, Coachingsitzungen von überschaubarem Komplexitätsgrad zu planen, durchzuführen und zu analysieren. Sie können unterschiedliche systemische Fragetechniken und Interventionen im Coaching darlegen und ihre Situationsangemessenheit beurteilen. Sie sind in der Lage, Klienten nach ihren Anliegen zu befragen und können sie dabei unterstützen, Ziele zu formulieren und Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und umzusetzen. Dabei können sie die systemischen Grundhaltungen, mit denen Klienten beraten werden, einsetzen. Damit sind sie fähig, Fragestellungen, die im Coaching auftreten, auf der Basis ihrer bereits erworbenen sozial-, allgemein- und persönlichkeitspsychologischen Kenntnisse zu begleiten.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81016
SPO-Version	901
Modulart	Wahlpflichtmodul – Leadership & People Development
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Katrin Allmendinger
Studiensemester	3
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Wintersemester, 6-10 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz / virtuelle Präsenz	30 h
Workload geleitetes E-Learning	10 h
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	110 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	-
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81306 Coaching
Lehrende/r	Prof. Dr. Katrin Allmendinger
Art der Lehrveranstaltung	Vorlesung, Übung
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	Projekt 100%
Ermittlung der Modulnote	PLP
Zertifikatskurs	Ja
Bemerkungen	-

Lehrinhalte

1. Einführung in das Systemische Coaching
2. Grundlagen: Modelle des menschlichen Handelns, Systemtheorie, Gesprächsführung
3. Haltungen im Coaching
4. Klienten-Typen und Anliegen
5. Methodische Grundlagen: Fragetechniken und Interventionen
6. Ausgewählte Coachingmethoden: Entwicklungsweg, Inneres Team, Aufstellungs- und Skulpturarbeit
7. Coachingvertrag
8. Ausbildungen und Coachingmarkt

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden können die oben beschriebenen Grundlagen sowie die Methoden des Coachings in Coachingsitzungen von überschaubarem Komplexitätsgrad anwenden und kritisch beurteilen. Die Teilnehmenden sind in der Lage, das erworbene Wissen auf eigene Coachingsitzungen zu übertragen. Damit sind sie fähig, „einfache“ Anliegen und Fragestellungen von Klienten als Coaches zu lösen. Sie können darstellen, wie man einen Coachingvertrag schließt und welche Besonderheiten der Coachingmarkt aufweist. Zudem sind sie in der Lage, Coachingsitzungen kritisch zu bewerten.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden haben in der kritischen Auseinandersetzung mit dem Gelernten ihre eigene Haltung als Berater reflektiert. Sie haben ihre Methodenkompetenzen erweitert.

Literatur

- Fischer-Epe, M. (2011): Coaching: Miteinander Ziele erreichen. Hamburg: Rororo.
- König, E. & Volmer, G. (2019). Handbuch Systemisches Coaching. Weinheim: Beltz.
- Prohaska, S. (2013). Coaching in der Praxis. Paderborn: Junfermann.
- Prior, M. (2015). Beratung und Therapie optimal vorbereiten. Heidelberg: Carl-Auer.
- Rauen, C. (2011). Coaching-Tools. Bonn: manager Seminare Verlags GmbH, Edition Training aktuell.
- Wissenmann, M. (2006). Wirksames Coaching: Eine Anleitung. Göttingen: Hogrefe.

Semester 4: Pflichtmodule

Transferprojekt

Die Teilnehmenden beherrschen die Anwendung der jeweils angemessenen Arbeitsmethoden, die sich an der konkreten Aufgabenstellung ausrichten. Sie sind in der Lage, Daten zu interpretieren und zu bewerten. Komplexe Inhalte können sie klar und zielgruppengerecht präsentieren und verteidigen, sowohl mündlich als auch schriftlich. Ggf. wird das Modul auch mit einem Projekt im Rahmen der Auslandsstudienwoche stattfinden.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81009
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Patrick Müller/Prof. Dr. Anja Dieckmann
Studiensemester	4
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 12-16 Wochen
Credits	5
Workload Präsenz/ virtuelle Präsenz	30 h/ ggf. 30-40 h Auslandsmodul
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	120 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Alle Masterprogramme
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: keine Inhaltlich: keine
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	81303 Transferprojekt
Lehrende/r	Auswahl von Lehrenden aus dem Studiengang zur Betreuung des Projekts (Individuell)
Art der Lehrveranstaltung	Projekt
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	80 % schriftliche Ausarbeitung; 20% Präsentation
Ermittlung der Modulnote	PLS und PLR
Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung	-
Zertifikatskurs	Nein
Bemerkungen	Projektbericht, 25 inhaltliche Seiten; 15 Min. Präsentation und 10-15 Min. Diskussion

Lehrinhalte

Individuell aus dem thematischen Umfeld der Studieninhalte des Masterstudiengangs.

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus der Praxis in einem von ihnen frei gewählten Themengebiet selbstständig zu bearbeiten. Sie können eine schriftliche Ausarbeitung nach wissenschaftlichen Grundsätzen erstellen und diese im Rahmen einer Präsentation vorstellen und in einem Kolloquium in einen breiteren fachlichen Zusammenhang einordnen. Sie sind dazu fähig, sich in Aufgabenstellungen des Wirtschaftsingenieurwesens einzuarbeiten, Probleme zu analysieren und zu lösen.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, eigenverantwortlich und termingerecht ein Projekt zu bearbeiten, in dem sie komplexe Probleme analysieren, strukturieren und lösen. Sie sind fähig, sich selbst zu organisieren, und können Kritik annehmen und sich konstruktiv damit auseinandersetzen. Die Teilnehmenden können selbstständig neue Themengebiete erarbeiten, Informationen bewerten, praktische Schlussfolgerungen ziehen, neue Lösungen entwickeln und dabei sowohl gesellschaftliche/ soziale als auch ökologische und ökonomische Aspekte berücksichtigen. Dadurch sind die mit dem zivilgesellschaftlichen Engagement verbundenen Ziele, wie die ganzheitliche Bildung der Studierenden zu fördern, erreicht.

Literatur

Individuelle Literatur entsprechend dem Themengebiet.

Masterthesis

Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Verbindung zwischen Wissenschaft und Praxis zu erläutern, und können unter Verwendung wissenschaftlicher Methoden innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig eine Fragestellung aus dem Aufgabengebiet analysieren und die Ergebnisse sachgerecht darstellen.

Studienangebot	Wirtschaftspsychologie & Business Transformation
Modulnummer	81900
SPO-Version	901
Modulart	Pflichtmodul
Modulverantwortlicher	Betreuende/r Professor/in
Studiensemester	4
Angebotshäufigkeit/ Dauer des Moduls	Sommersemester, 8 Monate
Credits	25
Workload Präsenz/ virtuelle Präsenz	6 h
Workload geleitetes E-Learning	-
Workload Selbststudium/ Prüfungsvorbereitung	744 h
Verwendung in anderen Studienangeboten	Alle Masterprogramme
Voraussetzungen für die Teilnahme am Modul	Formal: 50 ECTS an bestandenen Modulen (s. EPO) Inhaltlich: -
Sprache	Deutsch
Enthaltene Lehrveranstaltungen	9999 Master Thesis 9997 Begleitende Veranstaltung 9998 Defence
Lehrende/r	Betreuende/r Professor/in & Prof. Dr. habil. Ulrich (Begleitveranstaltung)
Art der Lehrveranstaltung	Projekt
Art und Dauer des Leistungsnachweises/ Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten	a) PLS b) PLM: 20 Minuten Präsentation, 20 Minuten Diskussion
Ermittlung der Modulnote	PLS 85%, PLM 15%, Proposal (unbenotet)
Zertifikatskurs	-
Bemerkungen	Proposal muss mit der Anmeldung eingereicht und freigegeben werden

Lehrinhalte

Das Thema der Masterarbeit kann aus allen am Studiengang beteiligten Fächern gewählt werden.

Fachkompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, wissenschaftlich fundierte Urteile zu fällen sowie Problemlösungen und Argumente zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. Sie können Probleme analysieren und lösen sowie Lösungen und Daten interpretieren und beurteilen. Die Teilnehmenden können den aktuellen Stand der Forschung und die Zusammenhänge ihres Themengebietes darstellen und kritisch beurteilen. Die Teilnehmenden können ihre Abschlussarbeit präsentieren und sich in einem fachlichen Diskurs positionieren.

Überfachliche Kompetenz

Die Teilnehmenden sind in der Lage, eigenverantwortlich und termingerecht ein Projekt zu bearbeiten, in dem sie komplexe Probleme analysieren, strukturieren und lösen. Sie sind fähig, sich selbst zu organisieren und können Kritik annehmen und sich konstruktiv damit auseinandersetzen.

Literatur

Fachliteratur zum gewählten Thema.