

fördern • führen • inspirieren



Modulhandbuch

Course Catalogue

Angewandte Wirtschaftspsychologie (AWP)



WEIDEN BUSINESS SCHOOL

Department of Business Studies

Angewandte Wirtschaftspsychologie (SPO WiSe 23/24)

Sommersemester 2024

Inhaltsverzeichnis:

1	Vorbemerkungen	5
2	Studienaufbau vor WS 2023	6
3	STUDIENPLAN START SOMMERSEMESTER VOR STUDIENBEGINN OKTOBER 2023	8
4	STUDIENPLAN START WINTERSEMESTER VOR STUDIENBEGINN OKTOBER 2023	10
5	Studienverlauf Studienstart ab Oktober 2023	12
6	STUDIENPLAN START WINTERSEMESTER AB STUDIENBEGINN OKTOBER 2023	14
7	STUDIENPLAN START WINTERSEMESTER AB STUDIENBEGINN SOMMER 2024	15
8	PC-Praktikum	17
9	Virtuelle Hochschule Bayern, Sprachenzentrum und Anrechnungen	18
10	Modulbeschreibungen	19
	10.1 Allgemeine Pflichtfächer	20
	Arbeitsrecht	21
	Bilanzlehre/-technik.....	23
	Finanz- und Investitionswirtschaft.....	25
	Grundlagen der VWL	27
	Organisation	29
	Statistik 2	31
	Wirtschaftsmathematik.....	33
	Intercultural Communication	35
	Gesprächsführung	37
	Methodik	39
	Marketing	41
	Personalmanagement.....	43
	Psychologie I	45
	Psychologie II	47
	Bachelorarbeit	49
	Kolloquium.....	51
	Praxismodul	53
	10.2 Vertiefungsmodule	55
	Arbeits- und Organisationspsychologie	56
	Arbeits- und Organisationspsychologie	57
	Behavioral Finance.....	59
	Einführung in die Empirische Forschung	61
	Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft	63
	Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS (wird im SS24 nicht angeboten)	65
	HR I: Employee Recruitment.....	68
	HR II: Training and Development.....	70
	HR III: Employee Retention	72
	Kognitive Technologien und Anwendungen	75
	Leadership Psychology.....	77
	Leadership Psychology 2.....	79
	Qualitative Methoden	81
	Markt- und Werbepsychologie	83

Arbeits- und Organisationspsychologie	84
Einführung in die Empirische Forschung	86
Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft	88
Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS (wird im SS24 nicht angeboten)	90
HR III: Employee Retention	92
Internationales Marketingmanagement	94
Leadership Psychology.....	96
Leadership Psychology 2.....	98
Marken - und Marketingkonzeptionen.....	100
Marketingkommunikation	102
Markt- und Werbepsychologie	104
Marktforschung einschl. Werkzeuge der Marktforschung (SPSS)	106
Online Marketing	108
Projektmanagement für PR & Marketing	110
Qualitative Methoden	112
Sales Management	114
Neutral	116
Arbeits- und Organisationspsychologie	117
Behavioral Finance.....	119
Einführung in die Empirische Forschung	121
Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft	123
Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS (wird im SS24 nicht angeboten)	125
HR I: Employee Recruitment.....	127
HR II: Training and Development.....	129
HR III: Employee Retention	131
Internationales Marketingmanagement	133
Kognitive Technologien und Anwendungen	135
Leadership Psychology.....	137
Leadership Psychology 2.....	139
Marken - und Marketingkonzeptionen.....	142
Marketingkommunikation	144
Markt- und Werbepsychologie	146
Marktforschung einschl. Werkzeuge der Marktforschung (SPSS)	148
Online Marketing	150
Projektmanagement für PR & Marketing	152
Qualitative Methoden	155
Sales Management	157
10.3 Ergänzende Vertiefungsmodule	159
Aktuelle Themen in der Arbeits- und Organisationspsychologie	160
Angewandte Mikroökonomie	162
Außenwirtschaft und Globalisierung	164
Digital Workplace - Technik, Kultur, Raum	166
E-Commerce Recht und IT-Sicherheit.....	168
Europäische Union und andere Wirtschaftszusammenschlüsse	170
Personalcontrolling.....	172
Projektmanagement für die digitale Transformation.....	174
Team- & Projektmanagement	176
Unternehmensgründung	178
10.4 Schlüsselqualifikationsmodule.....	180
Agiles Projektmanagement	181
Ausbildung der Ausbilder.....	184

English for Psychology I	186
English for Psychology II	188
Excel for Poweruser	190
Künstliche Intelligenz in Kreativen Prozessen und Projekten	192
Lernen und Studieren (1+2)	194
Rhetorik	196
Statistik I	198
Verhandlungsführung, Konflikt & Mediation	200
Wissenschaftliches Arbeiten	202

1 Vorbemerkungen

Hinweis:

Bitte beachten Sie insbesondere die Regelungen der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs in der jeweils gültigen Fassung.

Aufbau des Studiums:

Das Studium umfasst eine Regelstudienzeit von 7 Semestern.

Anmeldeformalitäten:

Grundsätzlich gilt für alle Prüfungsleistungen eine Anmeldepflicht über das Studienbüro. Zusätzliche Formalitäten sind in den Modulbeschreibungen aufgeführt.

Abkürzungen:

ECTS = Das European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) ist ein Punktesystem zur Anrechnung von Studienleistungen.

SWS = Semesterwochenstunden

Workload:

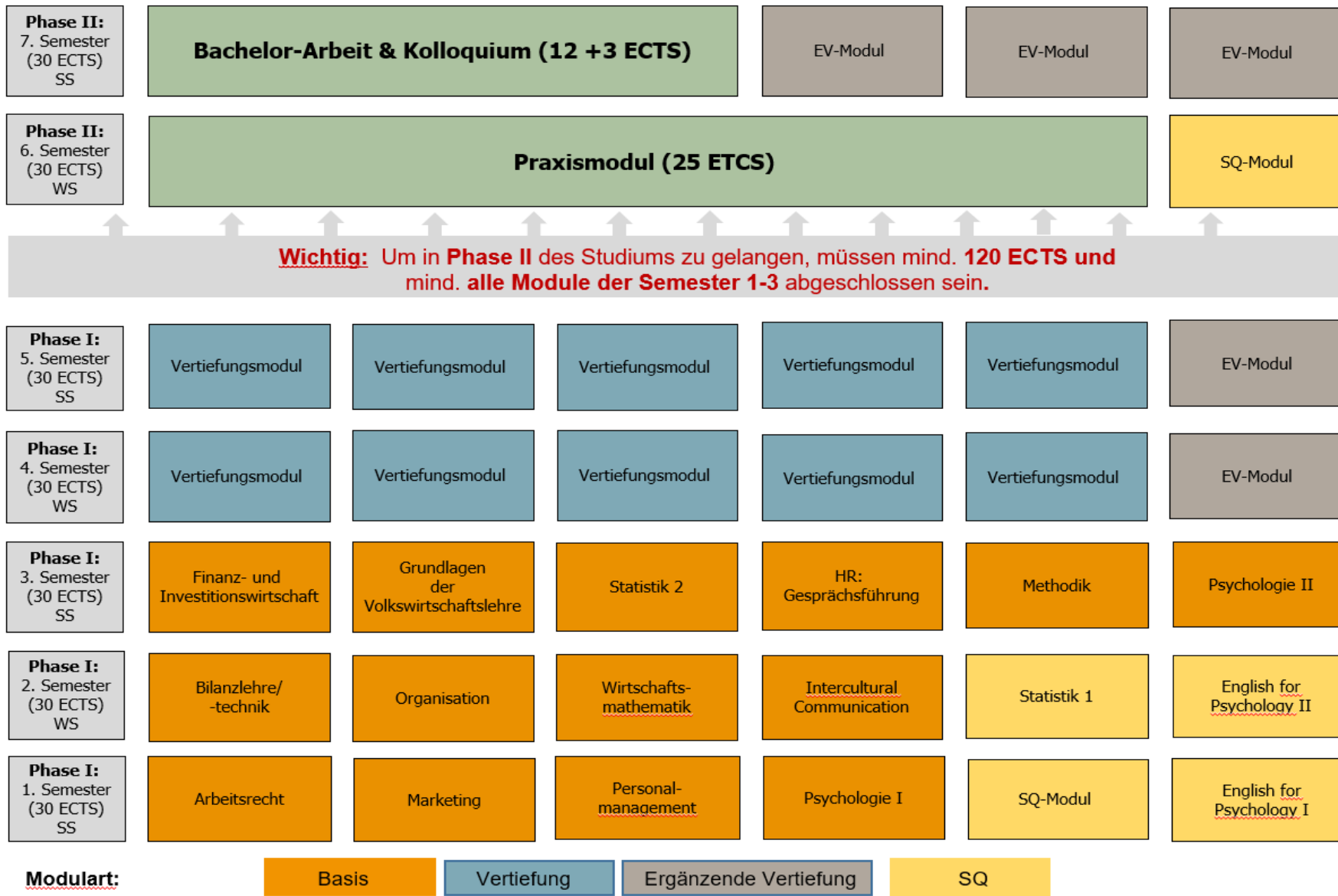
Einem Credit-Point wird ein Workload von 30 Stunden zu Grunde gelegt.

Anrechnung von Studienleistungen:

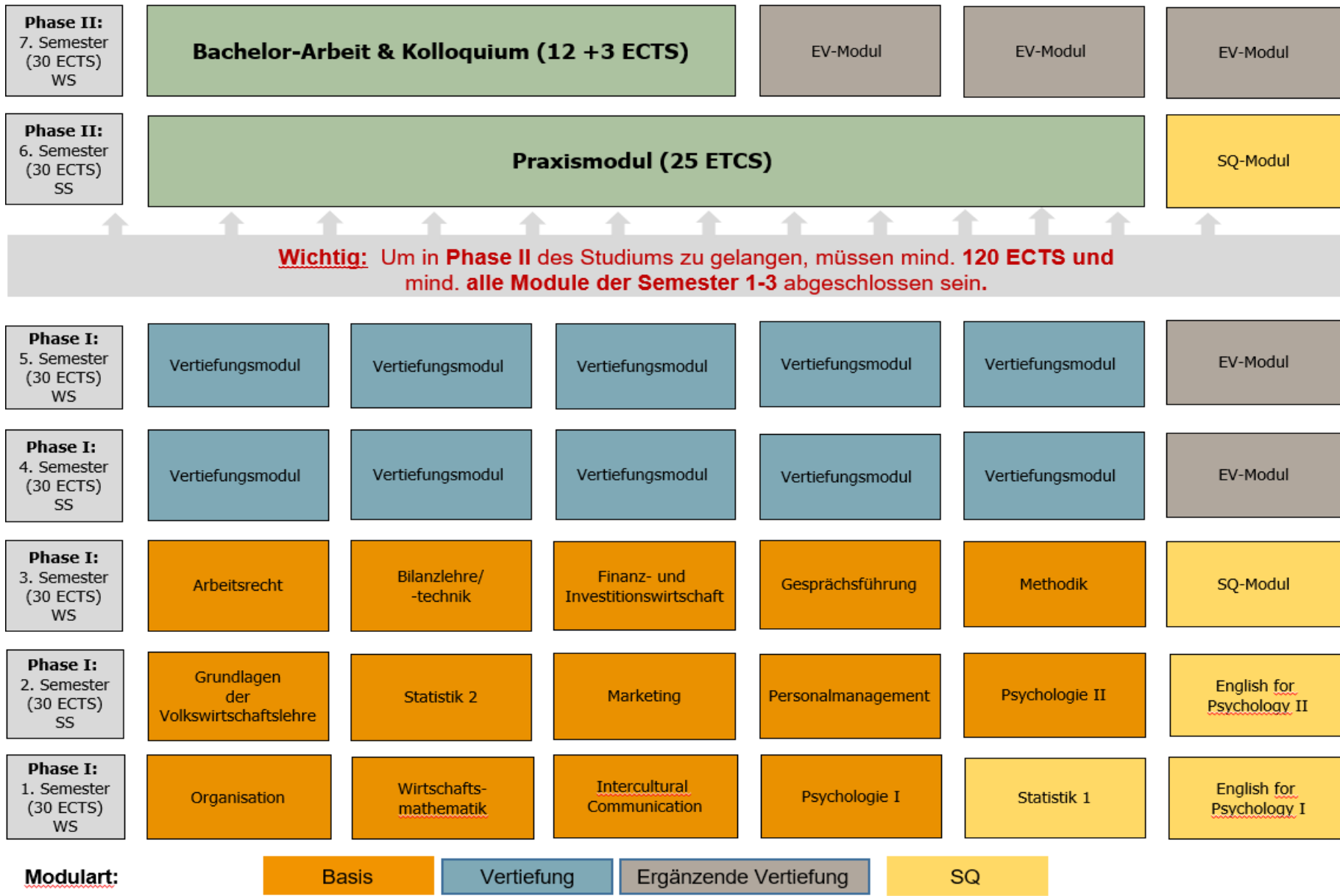
Bitte achten Sie auf entsprechende Antragsprozesse über das Studienbüro.

2 Studienaufbau vor WS 2023

Start Sommersemester



Start Wintersemester



3 STUDIENPLAN START SOMMERSEMESTER VOR STUDIENBEGINN OKTOBER 2023

Curriculum Studienstart Sommersemester

1 Lfd. Nr	2 Modulgruppen/Modul	3		4		5		6		7		8		9		10			
		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		7. Semester		Gesamt			
		Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	%	
		Studienabschnitt 1						Studienabschnitt 2											
1	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule																28	35	16%
1.1	Arbeitsrecht	4	5																
1.2	Bilanzlehre/-technik			4	5														
1.3	Finanz- und Investitionswirtschaft					4	5												
1.4	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre					4	5												
1.5	Organisation			4	5														
1.6	Statistik II					4	5												
1.7	Wirtschaftsmathematik			4	5														
2	Wirtschaftspsychologische Basismodule																28	35	16%
2.1	HR: Gesprächsführung					4	5												
2.2	Intercultural Communication			4	5														
2.3	Methodik					4	5												
2.4	Marketing	4	5																
2.5	Personalmanagement	4	5																
2.6	Psychologie I	4	5																
2.7	Psychologie II					4	5												
3	Vertiefungsmodule*																40	50	24%
3.1	Vertiefungsmodul 1							4	5										
3.2	Vertiefungsmodul 2									4	5								
3.3	Vertiefungsmodul 3							4	5										
3.4	Vertiefungsmodul 4									4	5								
3.5	Vertiefungsmodul 5									4	5								
3.6	Vertiefungsmodul 6							4	5										
3.7	Vertiefungsmodul 7									4	5								
3.8	Vertiefungsmodul 8									4	5								
3.9	Vertiefungsmodul 9							4	5										
3.10	Vertiefungsmodul 10							4	5										
4	Ergänzende Vertiefungsmodule*																20	25	12%
4.1	EV-Modul 1							4	5										
4.2	EV-Modul 2									4	5								
4.3	EV-Modul 3													4	5				
4.4	EV-Modul 4													4	5				
4.5	EV-Modul 5													4	5				
5	Schlüsselqualifikationsmodule*																20	25	12%
5.1	Statistik I			4	5														
5.2	English for Psychologie I	4	5																
5.3	English for Psychologie II			4	5														
5.4	SQ-Modul 4	4	5																
5.5	SQ-Modul 5											4	5						
6	Praxisphae																0	25	12%
6.1	Praxismodul												25						
7	Bachelor-Abschluss																0	15	8%
7.1	Bachelor-Arbeit														12				
7.2	Bachelor-Kolloquium														3				
	*gemäß Fächerkatalog im Modulhandbuch	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	4	30	12	30		136	210	100%

**Die Prüfungsformen richten sich nach den jeweils zu prüfenden Kompetenzen.
In Betracht kommen insbesondere schriftliche oder mündliche Prüfungen, Studienarbeiten, Projektarbeiten und Prüfungen nach dem Multiple-Choice-Verfahren.**

4 STUDIENPLAN START WINTERSEMESTER VOR STUDIENBEGINN OKTOBER 2023

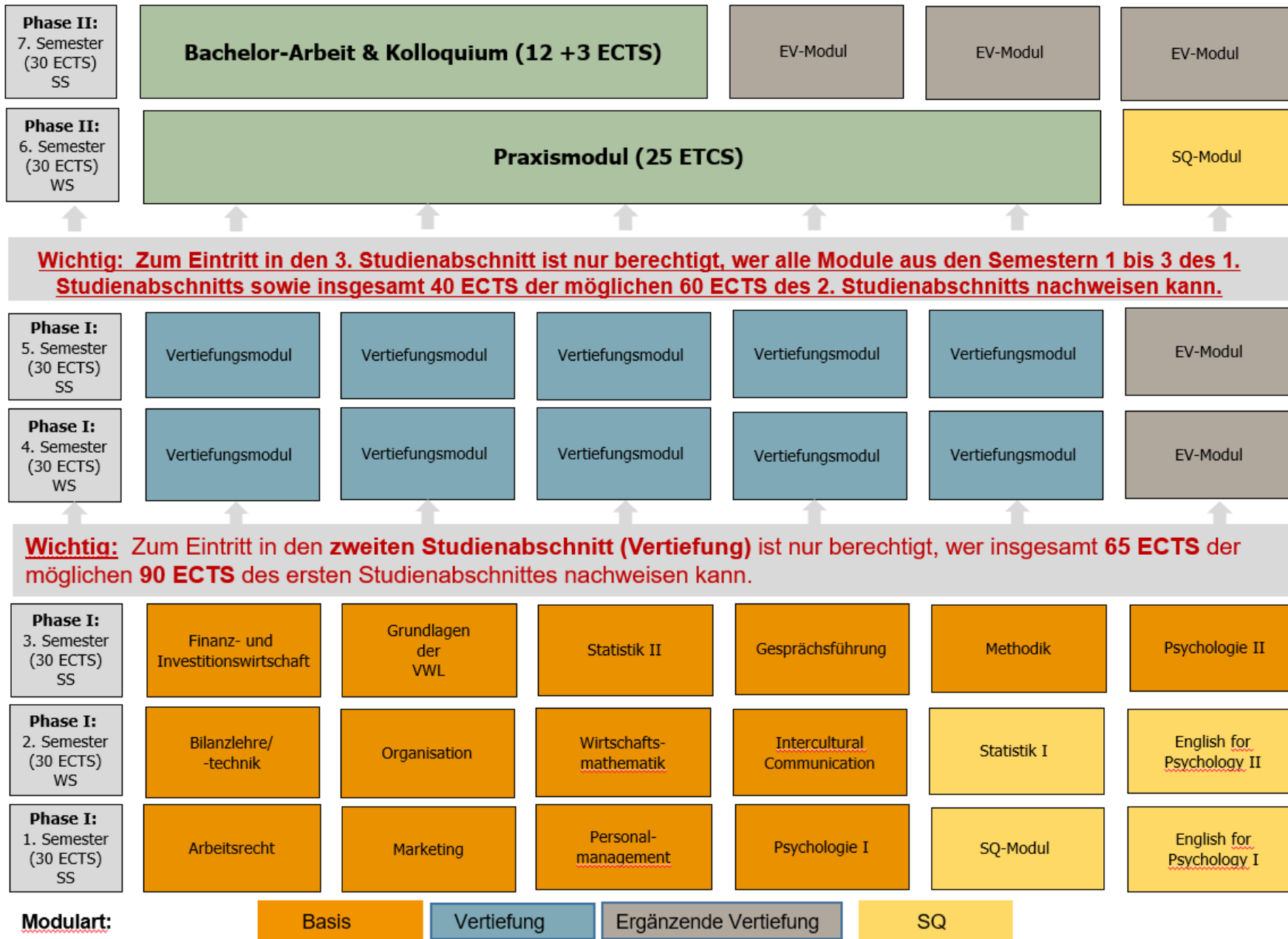
Curriculum Studienstart Wintersemester

1 Lfd. Nr	2 Modulgruppen/Modul	3		4		5		6		7		8		9		10				
		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		7. Semester		Gesamt				
		Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	%		
		Studienabschnitt 1						Studienabschnitt 2												
1	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule																28	35	16%	
1.1	Arbeitsrecht					4	5													
1.2	Bilanzlehre/-technik					4	5													
1.3	Finanzierung & Investitionswirtschaft					4	5													
1.4	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			4	5															
1.5	Organisation	4	5																	
1.6	Statistik II			4	5															
1.7	Wirtschaftsmathematik	4	5																	
2	Wirtschaftspsychologische Basismodule																28	35	16%	
2.1	HR: Gesprächsführung					4	5													
2.2	Intercultural Communication	4	5																	
2.3	Methodik					4	5													
2.4	Marketing			4	5															
2.5	Personalmanagement			4	5															
2.6	Psychologie I	4	5																	
2.7	Psychologie II			4	5															
3	Vertiefungsmodule*																40	50	24%	
3.1	Vertiefungsmodul 1							4	5											
3.2	Vertiefungsmodul 2									4	5									
3.3	Vertiefungsmodul 3							4	5											
3.4	Vertiefungsmodul 4									4	5									
3.5	Vertiefungsmodul 5									4	5									
3.6	Vertiefungsmodul 6							4	5											
3.7	Vertiefungsmodul 7									4	5									
3.8	Vertiefungsmodul 8									4	5									
3.9	Vertiefungsmodul 9							4	5											
3.10	Vertiefungsmodul 10							4	5											
4	Ergänzende Vertiefungsmodule*																20	25	12%	
4.1	EV-Modul 1									4	5									
4.2	EV-Modul 2							4	5											
4.3	EV-Modul 3													4	5					
4.4	EV-Modul 4													4	5					
4.5	EV-Modul 5													4	5					
5	Schlüsselqualifikationsmodule*																20	25	12%	
5.1	Statistik I	4	5																	
5.2	English for Psychology I	4	5																	
5.3	English for Psychology II			4	5															
5.4	SQ-Modul 4					4	5													
5.5	SQ-Modul 5											4	5							
6	Praxisphae																0	25	12%	
6.1	Praxismodul													0	25					
7	Bachelor-Abschluss																15	0	15	8%
7.1	Bachelor-Arbeit																	12		
7.2	Bachelor-Kolloquium																	3		
	* gemäß Fächerkatalog im Modulhandbuch	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	4	30	12	30		136	210	100%	

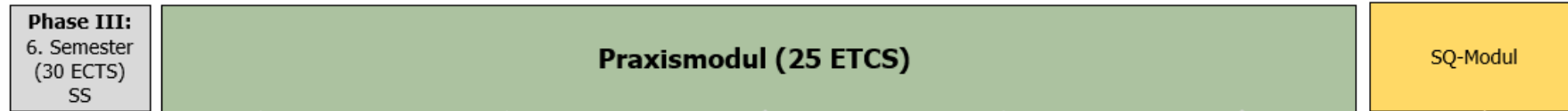
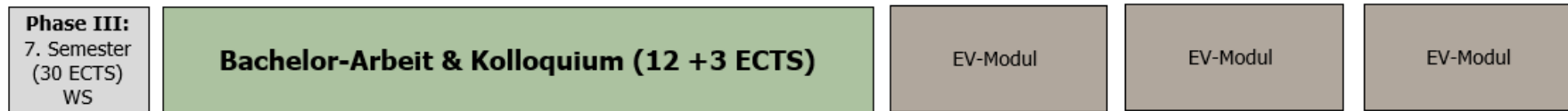
**Die Prüfungsformen richten sich nach den jeweils zu prüfenden Kompetenzen.
In Betracht kommen insbesondere schriftliche oder mündliche Prüfungen, Studienarbeiten, Projektarbeiten und Prüfungen nach dem Multiple-Choice-Verfahren.**

5 Studienverlauf Studienstart ab Oktober 2023

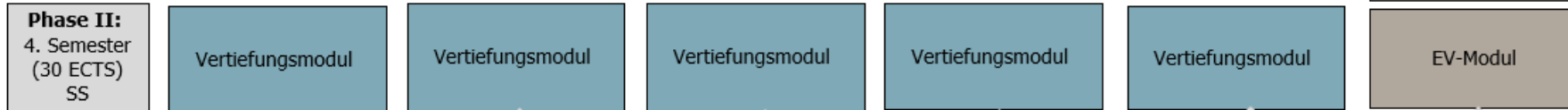
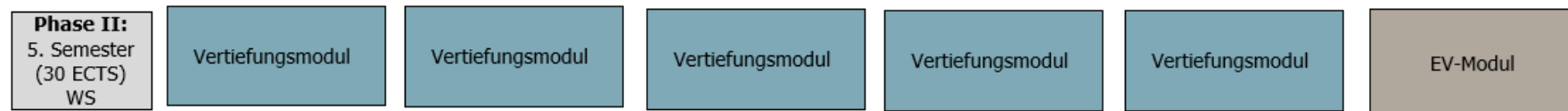
Start Sommersemester



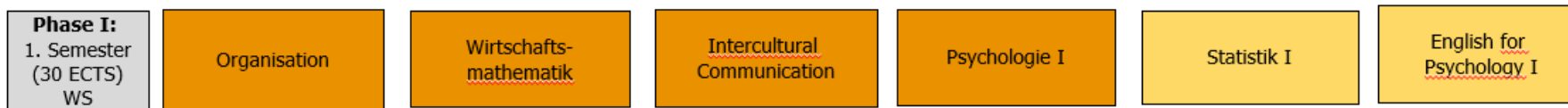
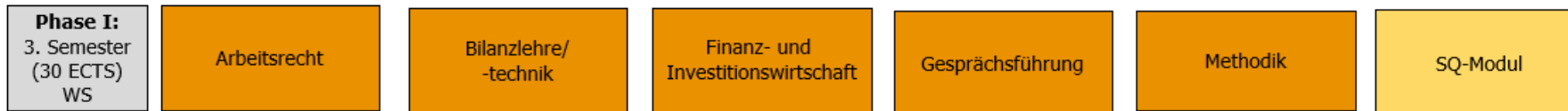
Start Wintersemester ab Oktober 2023



Wichtig: Zum Eintritt in den 3. Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer alle Module aus den Semestern 1 bis 3 des 1. Studienabschnitts sowie insgesamt **40 ECTS** der möglichen **60 ECTS** des 2. Studienabschnitts nachweisen kann.



Wichtig: Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt (Vertiefung) ist nur berechtigt, wer insgesamt **65 ECTS** der möglichen **90 ECTS** des ersten Studienabschnittes nachweisen kann.



Modulart:



6 STUDIENPLAN START WINTERSEMESTER AB STUDIENBEGINN OKTOBER 2023

Curriculum Studienstart Wintersemester

1 Lfd. Nr	2 Modulgruppen/Modul	3		4		5		6		7		8		9		10				
		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		7. Semester		Gesamt				
		Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	%		
		Studienabschnitt 1				Studienabschnitt 2				Studienabschnitt 3										
1	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule																28	35	16%	
1.1	Arbeitsrecht					4	5													
1.2	Bilanzlehre/-technik					4	5													
1.3	Finanzierung & Investitionswirtschaft					4	5													
1.4	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			4	5															
1.5	Organisation	4	5																	
1.6	Statistik II			4	5															
1.7	Wirtschaftsmathematik	4	5																	
2	Wirtschaftspsychologische Basismodule																28	35	16%	
2.1	Gesprächsführung					4	5													
2.2	Intercultural Communication	4	5																	
2.3	Methodik					4	5													
2.4	Marketing			4	5															
2.5	Personalmanagement			4	5															
2.6	Psychologie I	4	5																	
2.7	Psychologie II			4	5															
3	Vertiefungsmodule*																40	50	24%	
3.1	Vertiefungsmodul 1							4	5											
3.2	Vertiefungsmodul 2									4	5									
3.3	Vertiefungsmodul 3							4	5											
3.4	Vertiefungsmodul 4									4	5									
3.5	Vertiefungsmodul 5									4	5									
3.6	Vertiefungsmodul 6							4	5											
3.7	Vertiefungsmodul 7									4	5									
3.8	Vertiefungsmodul 8									4	5									
3.9	Vertiefungsmodul 9							4	5											
3.10	Vertiefungsmodul 10							4	5											
4	Ergänzende Vertiefungsmodule*																20	25	12%	
4.1	EV-Modul 1									4	5									
4.2	EV-Modul 2							4	5											
4.3	EV-Modul 3													4	5					
4.4	EV-Modul 4													4	5					
4.5	EV-Modul 5													4	5					
5	Schlüsselqualifikationsmodule*																20	25	12%	
5.1	Statistik I	4	5																	
5.2	English for Psychology I	4	5																	
5.3	English for Psychology II			4	5															
5.4	SQ-Modul 4					4	5													
5.5	SQ-Modul 5											4	5							
6	Praxisphae											0	25				0	25	12%	
6.1	Praxismodul												25							
7	Bachelor-Abschluss																15	0	15	8%
7.1	Bachelor-Arbeit																12			
7.2	Bachelor-Kolloquium																3			
	* gemäß Fächerkatalog im Modulhandbuch	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	4	30	12	30	136	210	100%		

Die Prüfungsformen richten sich nach den jeweils zu prüfenden Kompetenzen.

In Betracht kommen insbesondere schriftliche oder mündliche Prüfungen, Studienarbeiten, Projektarbeiten und Prüfungen nach dem Multiple-Choice-Verfahren.

7 STUDIENPLAN START WINTERSEMESTER AB STUDIENBEGINN SOMMER 2024

Curriculum Studienstart Sommersemester

1	2	3		4		5		6		7		8		9		10		
Lfd. Nr	Modulgruppen/Modul	1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		7. Semester		Gesamt		
		Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	Kontaktstd. (SWS)	ECTS	%
1	Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule	Studienabschnitt 1				Studienabschnitt 2				Studienabschnitt 3				28	35	16%		
1.1	Arbeitsrecht	4	5															
1.2	Bilanzlehre/-technik			4	5													
1.3	Finanz- und Investitionswirtschaft					4	5											
1.4	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre					4	5											
1.5	Organisation			4	5													
1.6	Statistik II					4	5											
1.7	Wirtschaftsmathematik			4	5													
2	Wirtschaftspsychologische Basismodule															28	35	16%
2.1	HR: Gesprächsführung					4	5											
2.2	Intercultural Communication			4	5													
2.3	Methodik					4	5											
2.4	Marketing	4	5															
2.5	Personalmanagement	4	5															
2.6	Psychologie I	4	5															
2.7	Psychologie II					4	5											
3	Vertiefungsmodule*															40	50	24%
3.1	Vertiefungsmodul 1							4	5									
3.2	Vertiefungsmodul 2									4	5							
3.3	Vertiefungsmodul 3							4	5									
3.4	Vertiefungsmodul 4									4	5							
3.5	Vertiefungsmodul 5									4	5							
3.6	Vertiefungsmodul 6							4	5									
3.7	Vertiefungsmodul 7									4	5							
3.8	Vertiefungsmodul 8									4	5							
3.9	Vertiefungsmodul 9							4	5									
3.10	Vertiefungsmodul 10							4	5									
4	Ergänzende Vertiefungsmodule*															20	25	12%
4.1	EV-Modul 1							4	5									
4.2	EV-Modul 2									4	5							
4.3	EV-Modul 3													4	5			
4.4	EV-Modul 4													4	5			
4.5	EV-Modul 5													4	5			
5	Schlüsselqualifikationsmodule*															20	25	12%
5.1	Statistik I			4	5													
5.2	English for Psychologie I	4	5															
5.3	English for Psychologie II			4	5													
5.4	SQ-Modul 4	4	5															
5.5	SQ-Modul 5											4	5					
6	Praxisphae															0	25	12%
6.1	Praxismodul												25					
7	Bachelor-Abschluss															0	15	8%
7.1	Bachelor-Arbeit														12			
7.2	Bachelor-Kolloquium														3			
	*gemäß Fächerkatalog im Modulhandbuch	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	4	30	12	30	136	210	100%

**Die Prüfungsformen richten sich nach den jeweils zu prüfenden Kompetenzen.
In Betracht kommen insbesondere schriftliche oder mündliche Prüfungen, Studienarbeiten, Projektarbeiten und Prüfungen nach dem Multiple-Choice-Verfahren.**

8 PC-Praktikum

Studierende der Fakultät WEBIS müssen ein PC-Praktikum absolvieren. Das PC-Praktikum besteht aus einem virtuellen Kurs der über die Virtuelle Hochschule Bayern (VHB) (www.vhb.org) sowie ergänzenden Präsenzveranstaltungen.

Das PC-Praktikum muss bis zum Ende des zweiten Zeitsemesters absolviert sein. Absolvieren Studierende das PC-Praktikum nicht erfolgreich innerhalb der ersten zwei Semester, ist eine Anmeldung zur Prüfung 'Finanz- und Investitionsrechnung' solange nicht möglich, bis das PC-Praktikum erfolgreich absolviert wurde. Für das erfolgreiche Absolvieren des PC-Praktikums sind mindestens 50,0 Prozent der erreichbaren Punkte nachzuweisen. Die Wiederholung der Prüfung ist möglich.

In der 60minütigen Prüfung sind insbesondere praktische Aufgaben mit MS Office-Programmen zu bearbeiten.

Zu Beginn des Semesters findet eine Informationsveranstaltung statt.

Die Prüfung findet in einem EDV-Labor an der OTH Amberg-Weiden statt.

Die An- und Abmeldung zur Prüfung muss über das Portal der vhb UND primuss erfolgen (die genauen Zeiten entnehmen Sie bitte einem Aushang). Studierende werden anschließend über Uhrzeit und Raum informiert.

9 Virtuelle Hochschule Bayern, Sprachenzentrum und Anrechnungen

Prinzipiell können bereits mit Erfolg abgelegte Leistungen (ggf. auch Praktikum) anerkannt werden - auch aus einem bereits abgeschlossenen Erststudium. Dazu ist nach der Immatrikulation an der OTH ein entsprechender Antrag mit einer offiziellen Notenbestätigung Ihrer bisherigen HS über das Studienbüro zu stellen. Anschließend prüfen die jeweiligen Dozenten, ob die bereits abgelegten Fächer inhaltlich und bzgl. Umfang (Credit Points bzw. Semesterwochenstunden) etc. den Anforderungen unserer Fächer entsprechen. Abhängig davon kann dann eine Anerkennung erfolgen oder nicht. Eine eigene Abschätzung ist Ihnen möglich, wenn Sie Ihre bisherigen Fächer mit den Beschreibungen im Modulhandbuch des jeweiligen OTH-Studiengangs vergleichen.

Da die Antragsbearbeitung erfahrungsgemäß durchaus einige Wochen dauern kann, empfiehlt sich ggf. bei Fächern des 1. Semesters unmittelbar zu Semesterbeginn eine persönliche Vorab-Klärung mit den jeweiligen Dozenten (z.B. Sprechstunde), so dass Sie kurzfristig Klarheit haben, ob Sie die Vorlesung besuchen müssen oder nicht bzw. ob etwaige Leistungsnachweise noch zu erbringen sind. Bringen Sie dazu möglichst aussagekräftige Unterlagen (z.B. Modulhandbuch Ihrer bisherigen Hochschule) mit, welche den Vergleich ermöglichen (Auszüge auch Anlage zum Antrag).

Für Kurse die während des Studiums bei der vhb oder im Sprachenzentrum abgelegt werden, ist ein entsprechender Antrag auf Anrechnung zu stellen. Dieser kann im Primuss Portal heruntergeladen werden und zusammen mit entsprechenden Nachweisen beim Studienbüro und der Prüfungskommission eingereicht werden.

Neben den an der Hochschule angebotenen SQ-Fächern können auch alle von der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb) in der Fächergruppe Schlüsselqualifikationen aufgelisteten Veranstaltungen belegt werden. Module, die über die VHB belegt werden wollen, müssen vorher von der Studiengangsleitung genehmigt werden. Die Anerkennung erfolgt über die Prüfungskommission. Dabei ist zu beachten, dass für eine Anerkennung an der Hochschule mindestens 5 ECTS für ein Fach und eine Prüfung mit Note nachzuweisen sind. Um sich ein Fach der vhb anerkennen zu lassen, müssen Studierende einen Antrag auf Anerkennung stellen, den sie in ihrem PRIMUSS System herunterladen können.

Darüber hinaus können auch ausgewählte Kurse des Sprachenzentrums (SZ) als SQ-Fach anerkannt werden. Für eine Anerkennung im Rahmen der Studiengänge der Fakultät WEBIS sind mindestens 5 ECTS für ein Fach nachzuweisen.

Als ergänzende Vertiefungsmodule (EVMs) können diese drei Module an der VHB belegt werden:

Die psychologische Bedeutung von Arbeit
Electronic Human Resources Management
Sportmarketing

Es wird empfohlen, diese drei Module während des Semesters zu belegen in dem die Bachelorarbeit geschrieben wird, da sehr viele Studierende zu dieser Zeit nicht vor Ort sind.

Alle Module, die an der OTH Amberg-Weiden in Präsenz angeboten werden, können nicht über die VHB belegt werden.

10 Modulbeschreibungen

10.1 Allgemeine Pflichtfächer

Arbeitsrecht

Labour Law

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	1	Allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Ralf Krämer	Prof. Dr. Ralf Krämer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Ergänzt das Modul Personalmanagement Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - Digital Entrepreneurship (M.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, Fallstudien, Gastvorträge und Exkursionen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Die Studierenden kennen die für einen Betriebswirt erforderlichen aktuellen arbeitsrechtlichen Vorschriften, insbesondere die des Individualrechts unter Berücksichtigung der Bezüge zum Sozialwirtschaftsrecht und erhalten einen Überblick über das kollektive Arbeitsrecht.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden können die erworbenen Kenntnisse auf unterschiedliche Fallgestaltungen anwenden. Sie erkennen die strukturellen Besonderheiten des Arbeitsrechts und sind in der Lage, Problemfälle auch unter veränderten rechtlichen Bedingungen zu lösen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Teamverhalten und Selbstorganisation werden gesteigert.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Grundzüge des Individualarbeitsrechts, insbesondere Abschluss des Arbeitsvertrages, Rechte und Pflichten von Arbeitnehmer/innen und Arbeitgeber/innen
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses und Kündigungsschutz Wesentliche Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere des Betriebsverfassungs- und Tarifrechts

Internationalität (inhaltlich):

Ausblick auf EU-Recht und ausländische Rechtsordnungen

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Einschlägige Lehrbücher, Fallsammlungen, Kommentare und Fachzeitschriften

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Bilanzlehre/-technik

Balance Sheet Analysis and Techniques

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	1	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Klaus Dörrzapf

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Dieses Modul vermittelt auch Grundlagen für weitergehende Lehrveranstaltungen im Bereich Unternehmensbesteuerung durch die Integration von steuerlichem Grundwissen. Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - Digital Entrepreneurship (M.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Präsenzstudium mit ergänzenden On-line-Lehrmaterialien einschl. interaktiven Lernfortschrittskontrollen bei der Virtuellen Hochschule Bayern (Kurs der VHB „Buchführung und Bilanzierung“ sowie Kurs der VHB „Bilanzierung nach Handelsrecht“)	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 70 h ca. 50 h ca. 0 h ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Basiswissen zur Buchungstechnik; Grundlagen der Bilanzierung und Jahresabschluss; Kenntnisse, Aufbau und Struktur eines Jahresabschlusses von Kapitalgesellschaften; Bilanzpolitische Grundkenntnisse und bilanzanalytisches Verständnis.
- **Methodenkompetenz:**
Zielorientierter Umgang mit bilanzpolitischen Instrumenten
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Grundlagen der Buchführung und Verbuchung der Geschäftsvorfälle
- Funktionen und Aufgaben von Jahresabschluss / Bilanzierung
- Rechtliche Grundlagen Jahresabschluss / Bilanzierung
- Basiselemente der Bilanzierung
- Bilanzierung und Bewertung
- Grundzüge der Bilanzpolitik und –analyse
- Lagebericht / Geschäftsbericht

Internationalität (inhaltlich):

Basiswissen der internationalen Rechnungslegung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Lehrvideo, Folien, Kontrollfragen, Wiederholungsfragen.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Finanz- und Investitionswirtschaft

Finance and Investment

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Thorsten Hock	Prof. Dr. Thorsten Hock

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Das PC-Praktikum muss bestanden sein, da sonst keine Anmeldung zur Prüfung möglich ist
Wirtschaftsmathematik und Statistik

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Grundlage für die Schwerpunkte im Bereich Finanzen Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) - Logistik und Digitalisierung (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 48 h ca. 102 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Die Veranstaltung dient dem Erwerb der Grundlagenkenntnisse der betrieblichen Investitions- und Finanzwirtschaft.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sollen die Theorie und Praxis relevanten Einsatzbereiche und Fertigkeiten eines Finanzmanagers/in kennen lernen.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Durch die aktive Mitarbeit in Fallstudien sollen die Studierenden Auffassungen und Standpunkte sachgerecht vertreten, andere Auffassungen und Interpretationen respektieren und in die Argumentation mit einbeziehen. Zudem sollen Lösungen durch Diskussion gemeinsam erarbeitet werden.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- A Grundlagen des Finanzmanagements
 - B Beurteilung von Investitionen
 - B1a Statische Investitionsrechnung
 - B1b Dynamische Investitionsrechnung
 - B1c Ausgewählte Aspekte der Investitionsrechnung
 - B2 Unternehmensbewertung
 - C Finanzierung
 - C1 Kreditfinanzierung
 - C2 Eigenfinanzierung
 - D Derivate
 - D1 Grundlagen
 - D2 Unbedingte Termingeschäfte
 - D3 Bedingte Termingeschäfte
- Internationalität (inhaltlich):
Literatur und Skript teilweise auf Englisch

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript
- Grundlegendes Lehrbuch:
- Becker; Investition und Finanzierung, Gabler-Verlag
- Ergänzende Literatur:
- Bodie, Merton, Cleeton: Financial Economics, Pearson International Edition
 - Brealy, Myers, Allen: Principles in Corporate Finance, Mc Graw Hill International Edition
 - Pape: Grundlagen der Finanzierung und Investition, Oldenburg-Verlag
 - Ross, Westerfield, Jaffe: Corporate Finance, Mc Graw Hill International Edition
 - Zantow: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Pearson Studium

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100% Hinweis: Die Klausur kann bis zu 100% aus MultipleChoice-Aufgaben bestehen	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Grundlagen der VWL

Basics of Economics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	1	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Horst Rottmann	Prof. Dr. Franz Seitz; Prof. Dr. Horst Rottmann; Prof. Dr. Thorsten Hock

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Voraussetzung für Fächer aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre, Finanzmärkte, Investition, Marketing und Steuern. Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Vorlesung und Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Grundzüge der Mikro-, Makroökonomie und der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung

- Fachkompetenz: Grundlegendes Verständnis volkswirtschaftlicher Begriffe und Zusammenhänge in geschlossenen und offenen Volkswirtschaften
- Methodenkompetenz: Unterschied zwischen Sozial- und Naturwissenschaften. Umgang mit volkswirtschaftlichen Modellen. Prinzip der individuellen Optimierung unter rationalem Verhalten. Denken in multikausalen Zusammenhängen.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Erörterung sozial- und wirtschaftspolitischer Fragestellungen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Prinzipien der Volkswirtschaftslehre
- Das Konzept einer (sozialen) Marktwirtschaft

- Grundlagen der Mikroökonomie
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Grundlagen der Makroökonomie

Internationalität (inhaltlich):

Teilweise englische Literatur, viele internationale Anwendungsbeispiele

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, Tutorium und Übungsaufgaben, sowie ergänzende Literatur:

- Mankiw, N. Gregory, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel
- Herrmann, M. Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel
- Pindyck, Robert S., Rubinfeld, Daniel L., Microeconomics, dt. Übersetzung: Mikroökonomie Pearson-Studium, neueste Auflage.
- Hamilton, J., Suslow, V., Übungen zur Mikroökonomie Pearson-Studium, neueste Auflage.
- Mankiw, N. Gregory, Macroeconomics, Worth Publishers
- Blanchard, Olivier, Illing, Gerhard, Makroökonomie, Pearson, neueste Auflage
- Krugmann, Paul, Wells, Robin, Volkswirtschaftslehre, Verlag Schäffer Pöschel, neueste Auflage

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Organisation

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	1	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	200

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Pitzl	Prof. Dr. Christoph Pitzl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)
Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:
Keine

Empfohlene Voraussetzungen:
Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Die Veranstaltung legt die Basis für alle weiteren Module mit organisatorischen Fragestellungen Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Übungen und Fallstudien	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:
Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Werkzeuge für die Gestaltung und Analyse von Unternehmen zu kennen und anzuwenden
- **Methodenkompetenz:**
Durch den Einsatz von verschiedenen Management-Werkzeugen Übungen und Fallstudien strukturiert zu analysieren
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Gemeinschaftlich Situationen von Unternehmen zu argumentieren und zu präsentieren

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:
Course Content

Inhalt:
Das Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung einer strukturierten und spannenden Behandlung von Themen der Organisation, wie sie für eine Vielzahl von Unternehmen zutrifft. Die Veranstaltung soll aufzeigen, welche Entscheidungen in einem Unternehmen getroffen werden müssen, die zentral für die Wettbewerbsfähigkeit sind. Die Veranstaltung soll pragmatisch sein, in dem sie die

wichtigsten Themen und Herausforderungen der Organisation in der Praxis diskutiert. Die Veranstaltung soll international sein. Die meisten Unternehmensbeispiele sind aus verschiedenen europäischen Ländern. Im Laufe der Veranstaltung lernen Sie eine Vielzahl an Unternehmen kennen. Dabei sollen immer zwei grundsätzliche Fragen gestellt werden:

- Wie behauptet sich das Unternehmen im Wettbewerb oder wie erfüllt es seine strategischen Ziele?
- Was kann im Sinne einer Produkt- und/oder Dienstleistungsorganisation getan werden, damit das Unternehmen effektiver arbeitet?

Internationalität (inhaltlich):

Unternehmen agieren heute global und international. Deshalb werden auch internationale Themen und Unternehmen besprochen. In diesen Fällen ist in den meisten Unternehmen (z.B. auch bei unseren regionalen Unternehmen wie BMW, Infineon, Siemens, Grammer, Cherry, etc.) die Geschäftssprache Englisch. Aus diesem Grund werden Sie mit deutschen und englischen Texten und Videos arbeiten.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Folien, ausgewählte Artikel, Fallstudien, Internetquellen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100% Hinweis: Die Klausur kann bis zu 100% aus MultipleChoice-Aufgaben bestehen.	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Statistik 2

Statistics 2

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	1	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Horst Rottmann	Prof. Dr. Horst Rottmann; Prof. Dr. Thorsten Hock

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	1.6: Seminaristischer Unterricht (BW-B_Stat2)	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Beurteilung der Anwendungsmöglichkeit der verschiedenen statistischen Verfahren in der Praxis und Interpretation der Ergebnisse

- **Fachkompetenz:**
Vertrautheit mit wichtigen Grundbegriffen und Grundlagen der Statistik. Überblick in der Wahrscheinlichkeitstheorie und deren betrieblichen Anwendungsmöglichkeiten. Die Bedeutung von Stichproben in der Qualitätskontrolle. Grundkenntnisse des modernen Portfoliomanagement.
- **Methodenkompetenz:**
Fertigkeiten in Erstellung und Umgang mit empirischen Verteilungen und mit Parametern. Fertigkeit im Umgang mit Zufallsstichproben. Kenntnisse über das Schätzen und über die Anwendung von Signifikanztests. Fähigkeit in der Messung und statistischen Beurteilung von Zusammenhängen. Die Beurteilung von Einsatzmöglichkeiten der Regressionsanalyse.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Analytisches und abstraktes Denkvermögen schulen, kritische Distanz zu scheinbaren Zusammenhängen gewinnen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Zufallsvariablen und theoretische Verteilungen
- Berechnung und Interpretation von Parametern univariater und multivariater Verteilungen
- Stichprobentheorie und geschichtete Stichproben
- Parameterschätzung und Konfidenzintervalle

- Parametrische und nicht-parametrische Testverfahren
- Einfache und multiple Regressionsanalyse
- Testen im Regressionsmodell.

Internationalität (inhaltlich):

Internationale Beispiele und Analyse internationaler Daten

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, Tutorium

Grundlegendes Lehrbuch:

- Auer, B., Rottmann, H., Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Gabler
- Auer, B., Rottmann, H., WISU-Check-up Deskriptive und induktive Statistik, WISU 2017/11, 1241 – 1242 und 1271.
- <http://www.wima-auer-seitz.de/statistik-und-oekonometrie.html>

Ergänzende Literatur:

- Schira, J., Statistische Methoden der VWL und BWL - Theorie und Praxis, Pearson Studium

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Wirtschaftsmathematik

Business Mathematics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	1	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Franz Seitz	Prof. Dr. Dr. Heribert Popp; Prof. Dr. Franz Seitz

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	1.7: SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen (BW-B_WM)	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 46 h
		Selbststudium:	ca. 104 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage, die Analysis und lineare Algebra auf wirtschaftswissenschaftliche Bereiche in ihren Grundzügen anzuwenden.

Überblick über die finanzmathematischen Methoden als Hilfsmittel von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen. Kenntnis und Fertigkeit von Methoden der linearen Algebra und Analysis und Anwendungen auf wirtschaftswissenschaftliche Probleme.

- Fachkompetenz:
Mathematische Grundlagen zum Verständnis und zur Lösung wirtschaftlicher Probleme.
- Methodenkompetenz:
Mathematische Methoden auf ökonomische Fragestellungen anwenden.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):
Abstraktes Denkvermögen schulen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Aussagenlogik, Grundlagen der Arithmetik
- Folgen und Reihen und ihre Anwendung in der Finanzmathematik
- Funktionen einer und mehrerer Variablen
- Differenzialrechnung

- Integralrechnung
- Vektoren und Matrizen
- Lineare Gleichungssysteme
- Determinanten
- Lineare Optimierung

Internationalität (inhaltlich):

Analysis und Lineare Algebra als Teil von Wirtschaftsmathematik wird an allen Hochschulen weltweit im Rahmen eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums gelehrt.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Übungsaufgaben, Tutorium

Grundlegendes Lehrbuch: Auer, B. & F. Seitz (2013), Grundkurs Wirtschaftsmathematik: Prüfungsrelevantes Wissen, praxisnahe Aufgaben, komplette Lösungswege, Gabler, 4. Auflage

Ergänzende Literatur:

- Partoll, H. & I. Wagner (2010), Mathe Macchiato Analysis, Pearson Studium, 2. A.
- Ohse, D. (2004), Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler I, Analysis, 6. A., Vahlen
- Ohse, D. (2000), Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler II, Lineare Wirtschafts algebra, 4. A. Vahlen
- Tietze, J., Einführung in die Finanzmathematik, vieweg, neueste Auflage

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 <small>Examination Method</small>	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 <small>Type/scope incl. weighting</small>	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen <small>Learning outcomes / competences to be assessed</small>
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Intercultural Communication

Intercultural Communications

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 semester	only winter term	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Denise Fischer	Prof. Dr. Denise Fischer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

None

Empfohlene Voraussetzungen:

None

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Mit zunehmender Internationalisierung der Hochschule sowie auch innerhalb der arbeitgebenden Organisationen hochaktuell – wichtige Selbsterfahrung Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - International Business (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Vorlesung, Übungen, Selbststudium, freies Unterrichtsgespräch, Kleingruppenarbeiten, Präsentationen und Rollenspiele	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 90 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Verständnis unterschiedlicher kultureller Dimensionen
- **Methodenkompetenz:**
Umgang mit Ungewissheit bei unterkulturellen Begegnungen
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Allgemeine interkulturelle Sensibilisierung

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Ergründen der eigenen kulturellen Wurzeln
- Einflussfaktoren und kulturelle Determinanten
- Kulturelle Dimensionen

Internationalität (inhaltlich): Gegeben durch das Thema		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
<ul style="list-style-type: none"> • Diverse Handouts und Unterlagen auf der Lernplattform • Gudykunst, W. B., & Young, Y. K. (2003). Communicating with strangers: An approach to intercultural communication (4. ed.). New York et al.: McGraw-Hill. • Neuliep, J. W. (2018). Intercultural communication: A contextual approach (Seventh edition). Los Angeles: SAGE. • Oetzel, J. G. (2009). Intercultural communication: A layered approach. Pearson international edition. New York: Vango 		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	<p>mündliche Übungsleistung Gewichtung: 30 %</p> <p>schriftliche Übungsleistung 60 min. Gewichtung: 70 %</p> <p>Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0)</p>	<p>Über die Übungsleistung werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzen abgeprüft einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.</p> <p>Über die schriftliche abschließende Übl werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Gesprächsführung

Human Resources in Retail

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Campus Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof.Dr. Stephanie Schmitt-Rüth	Prof.Dr. Stephanie Schmitt-Rüth

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen - Logistik und Digitalisierung (B)- Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen Für dual Studierende: • Projekte von Dual-Partnerunternehmen werden durch deren dual Studierende bearbeitet. Ggf. können nicht dual Studierende an diesen Projekten teilnehmen sofern die Teilnehmendenzahl dies zulässt.	Skript, Case Study, Hausarbeit, Präsentation, Literatur	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 60 h ca. 15 h ca. 15 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- die wichtigsten kommunikativen Bausteine des Personal- und Führungswesens zu kennen, und diese Kommunikationsinstrumente erfolgreich anwenden können,
- selbstständig komplexe Sachverhalte des Personal- und Führungswesens zu erarbeiten und schriftlich unter Anwendung der Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens darzulegen,
- in Teams realistische Problemstellungen zu bearbeiten.

Fachkompetenz:

Verständnis und Anwendung kommunikativer Führungsinstrumente

Methodenkompetenz:

Wissenschaftliches Arbeiten, Quellenbasiertes Schreiben

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):

Teamarbeit, Vortrags- und Präsentationstechnik

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:		
Course Content		
<p>Inhalt:</p> <p>Basics: Menschliche Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Modelle und Konzepte • Basaler Werkzeugkasten (z. B. Aktives Zuhören, Sprachstil, Fragetechniken, Körpersprache) <p>Anwendung: (Digitale) Arbeitswelten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesprächssituationen – Theorie und Typische Berufssituationen (z. G. Konflikt, Feedback, Bewerbung, Verhandeln) • Präsentation – Aufbau/Struktur und Werkzeugkasten (z. B. Visualisierung, Storytelling) • Moderation – Rolle/Aufbau/Prozess und Werkzeugkasten (z. G. Moderationstechniken) • Virtuelle Settings – Moderieren/Führen auf Distanz, technische Toolunterstützung <p>Die Themen werden am Beispiel realistischer unternehmensbezogener Übungen, Case Studies und Selbsterfahrungssequenzen erarbeitet.</p>		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Keine Besonderen		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliche schriftliche Ausarbeitung zu einem aktuellen Thema aus dem Personal-/Gesundheits-/Führungsmanagement in Kleingruppe Gewichtung: 50% • Präsentation der wissenschaftlichen Ausarbeitung in Kleingruppe Gewichtung: 50% 	<p>Über die Ausarbeitung werden die theoretischen Lerninhalte einschließlich des wissenschaftlichen Schreibens und kritischen Analysierens abgeprüft.</p> <p>Kompetenzen der Vortrags- und Präsentationstechnik</p> <p>Die Diskussionsbeiträge sowie das Anwenden und Coachen der einzelnen Kommunikationsinstrumente dienen dem vertieften Verständnis und der Anwendungskompetenz der Stoffinhalte.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Methodik

Methodics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Saskia Schmid

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz: Kenntnis unterschiedlicher qualitative und quantitative Methoden der Datenerhebung
- Methodenkompetenz: Vorbereitung, Durchführung, Auswertung und Interpretation verschiedener Methoden der Datenerhebung
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Methoden-Kenntnisse zur Datenerhebung und -analyse

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Grundlagen und Begrifflichkeiten zum Thema Forschung / Methodik
- Unterscheidung qualitative und quantitative Methoden
- Gütekriterien
- Aufbau einer wissenschaftlichen Thesis
- Forschungsfragen/Hypothesen
- Methoden zur Datenerhebung: Interviews, Umfrage, Fokusgruppendifkussion
- Präsentation, Moderation, Visualisierung von Ergebnissen

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Diverse Handouts und Unterlagen auf der Lernplattform
- Döring, N & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Bis zu 10 Einzelleistungen.	Über die Übungsleistung werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marketing

Marketing

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Basis für alle marketingorientierten Fächer im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - Digital Entrepreneurship (M.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 30 h ca. 0 h ca. 60 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden lernen die herausragende Bedeutung des Marketings für den Erfolg des Unternehmens einzuschätzen und erhalten die konzeptionelle Vorgehensweise, die das professionelle Marketing von Zufallsaktionen unterscheidet
- Methodenkompetenz:**
 Kombination der Theorie mit Praxisübungen anhand von mündlichen wie schriftlichen Fragestellungen zu den Themenbereichen
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Aufgaben lösen, Klausurvorbereitung in Gruppenarbeit

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Marketing-Evolution; Grundlagen und Grundbegriffe des Marketings
- Verständnis für Kunden entwickeln: Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen
- Märkte analysieren: Grundzüge der Marktforschung
- Ziele und Strategien der Marktbearbeitung
- Marketing-Maßnahmen gestalten: Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Vertriebspolitik
- Marketing-Controlling
- Marketing im Unternehmen verankern: organisationale Aspekte

Internationalität (inhaltlich):

Marketing verfolgt die international relevanten Markenstrategien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Die in der Lehrveranstaltung genutzten Materialien und Quellen werden über moodle zur Verfügung gestellt

Literaturempfehlungen:

- Meffert, Marketing, Springer Verlag, 2019
- Esch/Herrmann/Sattler, Marketing, 5. Auflage, Vahlen, 2017
- Homburg, Grundlagen des Marketingmanagements, 5. Aufl., Springer Gabler, 2017
- Kotler/Armstrong/Harris/Piercy, Grundlagen des Marketings, 6. Aufl. Pearson, 2016

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Multiple-Choice Online-Klausur 90min	Das Multiple-Choice-Verfahren (MC) ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, die Methodenkompetenz im Hinblick auf das Marketing zu prüfen, ohne dass die Prüflinge die Fragen umfassend schriftlich beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen im Bereich der Methodenkompetenz beantwortet werden, was zu einer Erhöhung der Genauigkeit und Vergleichbarkeit der vermittelten Kompetenzen führt.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Personalmanagement

Human Resources Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Jan Sauer	Prof. Dr. Jan Sauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachliche Kompetenz:

Verständnis für Methoden und Theorien des HR Managements sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.

Methodische Kompetenz:

Wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von HR Management Methoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Anforderungsanalyse, Sichtung von Bewerbungsunterlagen, Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen).

Persönliche Kompetenz:

Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext des HR Managements.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Folgende Themenbereiche des HR Managements (Personalmanagement) werden im Rahmen des Moduls behandelt:

- Personalplanung: Bedarfsanalyse, Anforderungsanalyse etc.
- Personalbeschaffung: Personalmarketing (inkl. Employer Branding), Personalauswahl (z.B. Bewerbungsgespräch, Assessment Center, Qualitätsstandards) etc.
- Personalentwicklung: Onboarding, Training, Coaching etc.
- Personalführung: Motivation, Arbeitszufriedenheit, Leistungsbeurteilung, Bindung etc.

- Ausgewählte Themen: Strategien und Trends im Personalmanagement etc.
- Internationalität (inhaltlich):
Auslandsentsendung, internationale Anwendungsbeispiele, Englische Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien
- Grundlagenlehrbücher:
 - Nicolai, C. (2021). Personalmanagement, 7.Aufl. Stuttgart: utb.
 - Kanning, U. P. (2017). Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Berlin: Springer.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Multiple-Choice Klausur Gewichtung: 100 %	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Psychologie I

Psychology I

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Grundlage für den Bachelor Wirtschaftspsychologie Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Vorlesung und Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 50 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 40 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen: Verständnis für universelle und funktionale psychologische Konzepte.

Fachkompetenz:

- Verständnis theoretischer Konzepte der Psychologie entwickeln
- Einblick in die Überschneidungen mit und Beziehungen zu anderen Teilgebieten der Psychologie (z.B. Sozialpsychologie, Neuropsychologie, Entwicklungspsychologie, Verhaltenspsychologie) gewinnen

Methodenkompetenz:

- Grundlegendes Verständnis für die Umsetzung psychologischer Fragestellungen in empirischer Forschung entwickeln
- Übung des erworbenen Wissens anhand von Fallstudien, Übungen und Diskussionen

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):

- Üben wissenschaftlichen Urteilens, Denkens und Diskutierens anhand wirtschaftspsychologischer Forschung
- Erwerb von Selbstkompetenz im Bereich konzentrierter Wissensaufnahme, kritischer Reflexion und Umgang mit Fachliteratur

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Grundlagen, Begriffe und Theorien der Psychologie
- Wissenschaftliches Arbeiten
- Neurowissenschaft und Verhalten

- Entwicklung
- Wahrnehmung
- Lernen
- Gedächtnis

Internationalität (inhaltlich):

Englische Literatur und Skripten

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Verschiedenes Lehrmaterial und diverse Literatur

- Bauer, T., Erdogan, B., & Truxillo, D. (2016). Psychology and Work. Routledge.
- Brinkmann, R. (2018). Angewandte Wirtschaftspsychologie. Pearson.
- Fichtner, C. (2018). Wirtschaftspsychologie für Bachelor. Springer.
- Gazzaniga, M., Heatherton, T., & Halpern, D. (2017). Psychologie. Beltz.
- Gerrig, R. J., (2019). Psychologie. (21. Auflage). Pearson.
- Myers, D., (2014). Psychologie (3. Auflage). Springer

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur + Übungsleistung	AWP: Klausur: 100% BW: Klausur: 60%, Seminararbeit (40%)	Über die Klausur und ÜL werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Psychologie II

Psychology II

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	2	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Grundlage für den Bachelor Wirtschaftspsychologie Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - Betriebswirtschaft (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Vorlesung und Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 50 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 40 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen: Verständnis für universelle und funktionale psychologische Konzepte.

Fachkompetenz:

- Verständnis theoretischer Konzepte der Psychologie entwickeln
- Einblick in die Überschneidungen mit und Beziehungen zu anderen Teilgebieten der Psychologie (z.B. Sozialpsychologie, Arbeitspsychologie, Organisationspsychologie, Persönlichkeitspsychologie) gewinnen

Methodenkompetenz:

- Grundlegendes Verständnis für die Umsetzung psychologischer Fragestellungen in empirischer Forschung entwickeln
- Übung des erworbenen Wissens anhand von Fallstudien, Übungen und Diskussionen

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):

- Üben wissenschaftlichen Urteilens, Denkens und Diskutierens anhand wirtschaftspsychologischer Forschung
- Erwerb von Selbstkompetenz im Bereich konzentrierter Wissensaufnahme, kritischer Reflexion und Umgang mit Fachliteratur

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Sprache/Intelligenz
- Motivation

- Stress und Gesundheit
- Persönlichkeitspsychologie
- Sozialpsychologie
- Psychische Störungen
- Arbeits- und Organisationspsychologie

Internationalität (inhaltlich):

Englische Literatur und Skripten

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Verschiedenes Lehrmaterial und diverse Literatur

- Bauer, T., Erdogan, B., & Truxillo, D. (2016). Psychology and Work. Routledge.
- Brinkmann, R. (2018). Angewandte Wirtschaftspsychologie. Pearson.
- Fichtner, C. (2018). Wirtschaftspsychologie für Bachelor. Springer.
- Gazzaniga, M., Heatherton, T., & Halpern, D. (2017). Psychologie. Beltz.
- Gerrig, R. J. (2018). Psychologie. (21. Auflage). Pearson.
- Myers, D. (2014). Psychologie (3. Auflage). Springer

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Bachelorarbeit

Bachelor Thesis

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	7	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 12

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Ralf Krämer	Alle Professorinnen/Professoren

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Die Bachelorarbeit ist Teil des dritten Studienabschnitts und im siebten Fachsemester abzulegen. Die Anmeldung der Bachelorarbeit setzt voraus, dass die Praxisphase mit Erfolg abgelegt ist.

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Die Bachelorarbeit entspricht einer Projektarbeit, die in einem vorgegebenen Rahmen zu bearbeiten ist. Die Arbeit wird von zwei Betreuern/innen (Erst- und Zweitgutachter/innen) begleitet und bewertet. Der/die Erstbetreuer/in ist i.d.R. Mitglied der Professorenschaft der Fakultät. Als Zweitbetreuer/in kann auch eine Lehrbeauftragte/r der Fakultät oder ein externes Mitglied der Professorenschaft einer anderen Fakultät an der eigenen oder auch einer anderen Hochschule gewählt werden. Auf Antrag kann sich der/die Erstbetreuer/in aus dem erweiterten Kreis der Zweitbetreuer/innen rekrutieren. In diesem Fall muss der Zweitbetreuer/in zwingend ein Mitglied der Professorenschaft der eigenen Fakultät sein. Ein Thema kann auch von mehreren Kandidat/Innen gemeinsamen bearbeitet werden, solange sichergestellt ist, dass die individuellen Leistungen für sich erkennbar sind und als Einzelleistungen getrennt bewertet werden können.	Gesamtaufwand:	ca. 360 h
		Kontaktzeit:	ca. 0 h
		Selbststudium:	ca. 360 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- logistische und digitale Fachkompetenz
- logistische und digitale Methodenkompetenz
- Persönliche Kompetenz im Umfeld von Logistik und Digitalisierung (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz)

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Das Thema der Arbeit kann von Studierenden in Absprache mit einem/r Betreuer/in frei aus den Themenbereichen Logistik & Digitalisierung gewählt werden. Bachelorarbeiten sollten extern in Betrieben durchgeführt werden.

Für dual Studierende: Die Bachelorarbeit ist in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Dualen Partnerunternehmen anzufertigen. Die inhaltliche Detailierung und der wissenschaftliche Anspruch wird in Zusammenarbeit von firmenseitiger Betreuung und Erstprüfer:in an der OTH Amberg-Weiden sichergestellt.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Keine Besonderen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Bachelorarbeit	Bachelorarbeit (50-60 Seiten in einer gebundenen Ausfertigung zzgl. einer digitalen Fassung auf CD/USB-Stick). Die Bearbeitung der Bachelorarbeit ist in der APO, SPO und den „Richtlinien zur Abschlussarbeit“ geregelt. Gewichtung: 100%	Über die Bachelorarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Kolloquium

Kolloquium

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	7	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 3

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Ralf Krämer	Alle Professorinnen/Professoren

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Abgeschlossene bzw. vor dem Abschluss stehende Bachelorarbeit

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Hochschulöffentliches Kolloquium	Gesamtaufwand:	ca. 90 h
		Kontaktzeit:	ca. 0 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

In einer mündlichen Prüfung (Bachelor-Kolloquium) hat der/die Studierende nachzuweisen, dass er/sie in der Lage ist, fächerübergreifende und problembezogene Fragestellungen aus dem Bereich seiner/ihrer Bachelorarbeit selbständig und auf wissenschaftlicher Grundlage zu diskutieren

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Die Lerninhalte sind auf das Thema der Bachelorarbeit ausgerichtet

Internationalität:

Deutsch, in Abstimmung mit dem/der Betreuer/in auch in Englisch

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Bachelorarbeit und darin verwendete Literatur

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Kolloquium	Gewichtung: 100%	Über die Präsentation werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Praxismodul

Practical Modul

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	6	allgemeine Pflichtfächer	ECTS: 25

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Franz Seitz	Prof. Dr. Franz Seitz

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Zum Eintritt in die Praxisphase ist nur berechtigt, wer alle betriebswirtschaftlichen Basismodule nachweisen kann (§6 Punkt (6) der SPO). Die Praxisphase stellt die Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis her und wird i.d.R. im 6. Fachsemester durchgeführt. Eine Verschiebung der Praxisphase in das letzte Semester ist nicht zulässig!

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die abgeschlossene Praxisphase ist Voraussetzung für die Anmeldung der Bachelorarbeit. Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Praktikum in einem Betrieb Die Praxisphase wird von einer Lehrperson betreut. Sie steht für alle Fragen im Zusammenhang mit dem Praktikum zur Verfügung. Soweit erforderlich, wird diese Lehrperson die Studierenden auch einmal vor Ort besuchen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 750 h ca. 0 h ca. 750 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen: Ziel der praktischen Ausbildung ist es, den Studierenden die Möglichkeit zu geben, ihr erworbenes Wissen an konkreten, praktischen Aufgabenstellungen anwenden zu können. Die Studierenden sollen idealer Weise entsprechend ihren gewählten Vertiefungsrichtungen an Aufgaben mitarbeiten und Teilaufgaben selbständig und selbstverantwortlich ausführen, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Betriebswirt/in angemessen ist

Fachkompetenz:

Methodenkompetenz:

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Die zu durchlaufenen Arbeitsbereiche werden im Ausbildungsvertrag festgehalten. Die Abstimmung der Arbeitsinhalte erfolgt in enger Zusammenarbeit zwischen Studierenden, Unternehmen und Hochschule (Praxisbeauftragter). Vorlagen sind im Praktikantenamt erhältlich

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Für die Erstellung der Praxisarbeit werden Lehrunterlagen bereitgestellt		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Zur Anerkennung und Bewertung der Praxisphase ist es erforderlich, eine Projektarbeit anzufertigen. Die Projektarbeit soll den Nachweis erbringen, dass die Studierenden in der Lage sind, eine betriebswirtschaftliche Fragestellung am Beispiel seines Praxisunternehmens methodisch aufzubereiten und an der Praxis zu reflektieren. Die Ergebnisse sollen sowohl in schriftlicher Form niedergelegt als auch in einer mündlichen Präsentation vorgestellt und diskutiert werden (im Rahmen des abschließenden praxisbegleitenden Unterrichts). Darüber hinaus ist für die Anerkennung der Praxisphase ein Arbeitszeugnis der Ausbildungsstelle erforderlich. Die genauen Vorgaben werden im Rahmen des einführenden praxisbegleitenden Unterrichts besprochen Gewichtung:100%	Über die Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

10.2 Vertiefungsmodule

Arbeits- und Organisationspsychologie

Arbeits- und Organisationspsychologie

Industrial and Organizational Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Psychologie I und II

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen: Erkennen der Bedeutung von Gestaltung der Arbeit und Psychologie in Organisationen sowie praxisorientierter Ansätze

Fachkompetenz: Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und zukunftsweisende Rolle als Mitgestalter der Unternehmenszukunft

Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Arbeitsanalyse- und Führungsinstrumente

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich und anderen in Arbeits- und Veränderungsprozesse

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Talente finden und bewerten
- Entwicklung und Bindung von Talente
- Arbeitsanalyse und Bewertung
- Effektive Teams aufbauen
- Interaktion und Kommunikation
- Führung
- Arbeitsmotivation und Arbeitszufriedenheit

- Stress und Wohlbefinden bei der Arbeit
 - Konflikte in Organisationen
- Internationalität (inhaltlich): Englische Literatur, Fallstudien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Bamberger, E., Mohr, G., & Busch, C. (2015). Arbeitspsychologie. Hogrefe.
 Kauffeld, S. (2018). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (3rd. ed). Springer
 Nerdinger, F.W., Bickle, G., Schaper, N., #svhs#amp## Molga, M. (2018). Arbeits- und Organisationspsychologie (4th. ed,). Springer.
 Spector, P.E. (2017). Industrial and Organizational Psychology - Research and Practice (7th. ed.). Wiley
 Psychologische Journalartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die theoretischen und praktischen Inhalte der Veranstaltung abgefragt: Hausarbeit (65%) Präsentation (35%)	Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Behavioral Finance

Behavioral Finance

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Philipp Kleffel

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule
Empfohlene Voraussetzungen: Personalmanagement

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Vertiefung Unternehmens- und Personalführung, Finance, VWL-Politik Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeit, Planspiel, Gastvortrag	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 50 h
		Leistungsnachweise:	ca. 40 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Die Studierenden sollen das Konzept der Finanzmarkteffizienz dem verhaltensökonomischen Ansatz der Behavioral Finance gegenüberstellen und beurteilen können. Im Vordergrund stehen theoretische Konsistenz und empirische Evidenz. Dabei spielt der Rationalitätsbegriff eine entscheidende Rolle. Es sollen systematische Irrtümer der Anleger in ihrem Informations- und Entscheidungsverhalten herausgearbeitet werden. Die transparent gemachten Wahrnehmungs-, Verhaltens-, und Entscheidungsanomalien ermöglichen den Studierenden, ihre zukünftigen Entscheidungen rational treffen zu können. Sie sollen Heuristiken und die hieraus verursachten kognitiven Verzerrungen beim Spar- und Anlageverhalten und in finanzbezogenen Entscheidungen bei der Beratung und in finanzpsychologischen Untersuchungen sach- und situationsadäquat einbeziehen können. Fallstudien vertiefen die erworbenen Kenntnisse.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Finanzmarkteffizienz versus Behavioral Finance
- Rationale Erwartungen vs. systematische Fehler
- Irrationaler Boom-Bust- oder Gier-Angst-Zyklus
- Homo Oeconomicus versus Homo Irrationalis
- Monetäre Größenwahrnehmung – nominal versus real
- Urteilsheuristiken bei Finanzentscheidungen

- Systematische Anomalien bei Finanzentscheidungen
- Risikoneigung und Risikoverhalten bei Finanzentscheidungen
- Evidenz für/gegen Finanzmarkteffizienz
- Psychologie monetärer Sachverhalte
- Random Walk, white noise und deterministische Trends
- Kognitive Dissonanz und das menschliche Bedürfnis nach Harmonie
- Zukunftserwartung und Anlageverhalten
- Einfluss von Risikobereitschaft und Sicherheitsstreben auf Erleben und Verhalten im Finanzmarkt
- Strategien und Methoden der Finanzberatung

Internationalität (inhaltlich):

Englische Literatur und Skript, internationale Beispiele und Orientierung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Beck, H. (2014), Behavioral Economics – Eine Einführung, Springer
- Ogaki, M. & S. C. Tanaka (2017), Behavioral Economics: Toward a New Economics by Integration with Traditional Economics, Springer
- Bergold, U./Mayer, B. (2005): Markt und Meinung, FinanzBuch Verlag
- Jones, C.P. (2013), Investments: Principles and Concepts, 12th ed., John Wiley & Sons, Kap. 12
- Hubbard, R.G. & A.P. O'Brien (2017), Money, Banking, and the Financial System, 3rd ed., Pearson, Kap. 6
- Goldberg, J./Nitsch R. (1999), Behavioral Finance, FinanzBuch Verlag
- Kahnemann, D. (2016): Schnelles Denken, Langsames Denken, Siedler-Verlag
- Shiller, R. (2000): Irrationaler Überschwang, Campus Verlag
- Forbes, W. (2009), Behavioural Finance, Wiley 45
- Dhama, S. (2016), The Foundations of Behavioral Economic Analysis, Oxford University Press

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Gewichtung: Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60% Präsentation: Gewichtung: 40% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Studienarbeit und deren Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Einführung in die Empirische Forschung

Introduction to Empirical Research

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Simon Preis	Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Studierende erlernen die wichtigsten Schritte bei der Planung und Umsetzung von empirischen Forschungsprojekten.

Fachkompetenz: Durchführung von Literaturrecherchen, Entwicklung von Forschungsfragen und -Hypothesen, Entwicklung eines individuellen Forschungsdesigns, Entwicklung und Durchführung empirischer Datensammlung, Analyse von Forschungsdaten, Präsentation von Forschungsergebnissen

Methodenkompetenz: Anwendung international etablierter Methoden zur Entwicklung und Durchführung empirischer Forschungsprojekte.

Persönliche Kompetenz: Teamwork, Projektmanagement, kritische Reflexion von Forschungsdesignentscheidungen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Durchführung von Literaturrecherchen
- Entwicklung von Forschungsfragen und -Hypothesen,
- Entwicklung eines individuellen Forschungsdesigns,
- Entwicklung und Durchführung empirischer Datensammlung,
- Analyse von Forschungsdaten,
- Präsentation von Forschungsergebnissen

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Hug, T., & Poscheschnik, G. (2014), Empirisch forschen: Studieren, aber richtig. 2. Auflage, UTB.		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<p>Leistungsnachweise während des Semesters:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende reichen zu den einzelnen Meilensteinen des Forschungsprozesses ihre individuellen Ergebnisse ein. • Gruppen-Präsentation der Zwischenergebnisse zur Semestermitte muss durchgeführt werden vor der eigentlichen Datensammlung. <p>Notenbildung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gruppen-Präsentation der Forschungsergebnisse am Semesterende: 50% 2. Einreichen eines Forschungsartikels als Gruppe zum Semesterende: 50% 	Alle in den Lernzielen aufgeführten Kompetenzen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft

Moral reasoning in economy and society

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Lisa Ranisch	Prof. Dr. Lisa Ranisch

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Abgeschlossene Grund- und Basismodule.

Empfohlene Voraussetzungen:

Neugier für ethische Argumentationsmuster und ihre Anwendung in Wirtschaft und Gesellschaft.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Als übergreifendes Thema für alle Studienrichtungen geeignet. Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer (Gruppen-)Unterricht und Übungen ggf. Gastvortrag.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden sind mit verschiedenen Argumentationstypen vertraut und können auf Basis zentraler Werte und Güter sowie Moraltheorien eine fundierte Argumentation entwickeln und vertreten. Sie sind in der Lage, Argumentationsfehler in Debatten aufzudecken und lösungsorientiert zu diskutieren, indem sie relevante Dimensionen und betroffene Stakeholder berücksichtigen.
- Methodenkompetenz:**
 Den Studierenden ist die selbständige Aufbereitung, Strukturierung und Argumentation ethisch relevanter Fragestellungen aus Wirtschaft und Gesellschaft möglich.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Im Rahmen der Veranstaltung werden sowohl persönliche Kompetenzen (Teamarbeit, Präsentation) als auch die Selbstkompetenz gefördert, indem die Studierenden Klarheit über eigene und gesellschaftliche Wertvorstellungen erlangen sowie ihre Kritikfähigkeit üben.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Verschiedene Argumentationstypen

- Vermeidung typischer Argumentationsfehler
- Ethische Kompetenz im Umgang mit aktuellen moralischen Fragen in Wirtschaft und Gesellschaft
- Fallbezogene Anwendung der fünf Schritte ethischer Entscheidungsfindung
- Entwicklung von Umsetzungsstrategien im Unternehmenskontext
- Einfluss individueller und situativer Faktoren auf Entscheidungen

Internationalität (Inhaltlich):

Beispiele und Fallstudien internationaler Unternehmen

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Bleisch, B./Huppenbauer, M. (2014). Ethische Entscheidungsfindung. Ein Handbuch für die Praxis. Zürich: Versus Verlag.
- Crane, A./Matten, D./Glozer, S./Spence, L. (2019): Business Ethics. New York: Oxford University Press.
- Dietrich, J. (2007): Was ist ethische Kompetenz? S. 30-51 in Quinn et al. (Hrsg.), Wertloses Wissen? Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Fenner, D. (2008). Ethik: Wie soll ich handeln? Böhlau. UTB.
- Schleichert, H. (2008): Wie man mit Fundamentalisten diskutiert, ohne den Verstand zu verlieren. Anleitung zum subversiven Denken. München: Beck

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform * ¹ Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung * ² Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Gewichtung: Mündliche Präsentation 30 % Schriftliche Ausarbeitung 70 %	Über die mündliche und schriftliche Übungsleistung werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*¹) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*²) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS (wird im SS24 nicht angeboten)

Experimental Business Psychology & SPSS

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits										
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5										
Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module										
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester										
Modulverantwortliche(r) Module Convenor		Dozent/in Professor / Lecturer											
Mag. Cornelia Oszlonyai		Mag. Cornelia Oszlonyai											
Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)													
Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)													
Pflicht Voraussetzungen: Keine													
Empfohlene Voraussetzungen: Keine													
Verwendbarkeit Availability		Lehrform Teaching Methods	Workload										
Keine		Angeleitetes Selbststudium	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="border: none;">Gesamtaufwand:</td> <td style="border: none;">ca. 150 h</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">Kontaktzeit:</td> <td style="border: none;">ca. 47 h</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">Selbststudium:</td> <td style="border: none;">ca. 103 h</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">Leistungsnachweise:</td> <td style="border: none;">ca. 0 h</td> </tr> <tr> <td style="border: none;">Prüfungsvorbereitung:</td> <td style="border: none;">ca. 0 h</td> </tr> </table>	Gesamtaufwand:	ca. 150 h	Kontaktzeit:	ca. 47 h	Selbststudium:	ca. 103 h	Leistungsnachweise:	ca. 0 h	Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h
Gesamtaufwand:	ca. 150 h												
Kontaktzeit:	ca. 47 h												
Selbststudium:	ca. 103 h												
Leistungsnachweise:	ca. 0 h												
Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h												
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes													
Noch zu bestimmen													
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität: Course Content													
Noch zu bestimmen													
Lehrmaterial und Literatur: Course Material and literature													
Keine Besonderen													
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a) Method of Assessment													
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting		Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed										
Übungsleistung	Keine		Keine Anmerkungen										

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*²⁾ Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

HR I: Employee Recruitment

HR I: Employee Recruitment

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Jan Sauer	Prof. Dr. Jan Sauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Personalmanagement / HR Management

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Besonders im internationalen Umfeld Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachliche Kompetenz:

Verständnis für Methoden und Theorien der Personalrekrutierung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.

Methodische Kompetenz:

Wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Rekrutierungsmethoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Entwicklung von Inhalten für Employer Branding Aktivitäten, Konzipierung und Durchführung von Bewerbungsinterviews und Assessment Centern)

Persönliche Kompetenz:

Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext der Personalrekrutierung.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Personalrekrutierung beschäftigt sich mit der Anziehung und Akquise geeigneter Bewerbender, der Auswahl der bestpassendsten Bewerbenden sowie der Sicherstellung von Akzeptanz und Nutzen der Rekrutierungsmethoden und -entscheidungen.

- Akquise: Personalmarketing (inkl. Employer Branding), Talent Acquisition etc.
- Auswahl: Eignungsdiagnostische Methoden (z.B. Sichtung von Bewerbungsunterlagen, Durchführung von Bewerbungsinterviews und Assessment Centern), Entscheidungsstrategien, Qualitätsstandards etc.

- Akzeptanz & Nutzen: Candidate Experience #svhs#amp## Journey, Nutzenanalyse etc.

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, Englische Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien

Grundlagenlehrbücher:

- Kanning, U. P. (2017). Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Berlin: Springer.
- Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.). (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Weiterführende Lehrbücher, Fach- und Forschungsartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

HR II: Training and Development

HR II: Training and Development

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Lena Vilsmeier; Prof. Dr. Gabriele Murry; Ruhul Amin Noel

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Empfohlene Voraussetzungen:

Personalmanagement

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Bereich Unter-nehmens- und Personalführung. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeit, Exkursionen, Gastvorträge	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 40 h
		Leistungsnachweise:	ca. 40 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 10 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Erkennen der Bedeutung von Führung in Organisationen sowie praxisorientierter Ansätze

- **Fachkompetenz:**
Praxisorientiertes Verständnis für internationale Ansätze der Förderung von Organisationsmitgliedern im Rahmen der Personalentwicklung, hochschulübergreifende Kooperation in der Erstellung von Selbstlerneinheiten
- **Methodenkompetenz:**
Beurteilung und Anwendung grundlegender Personalentwicklungsinstrumente sowie von Trainingsansätzen, insbesondere von didaktisch aufbereiteten Selbstlerneinheiten auf Lernplattformen unter Nutzung verschiedener digitaler Tools
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Erarbeiten und Anwenden von Führungs- und Team-Trainings in Kleingruppen unter Anleitung von didaktischen und fachlichen Coaches, Projektkoordination

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Diversity: Vergleiche, Fördermaßnahmen
- Competencies: Konzeption und Implementierung von Maßnahmen zur Förderung von Kernkompetenzen im internationalen Umfeld

- Career Development: Leistungs- /Potenzialbeurteilung, Entwicklungspfade
- Training: Train the Trainer-Ansätze, Persönlichkeitstraining, Führungstraining
- Coaching: Führungskräfte, Mitarbeiter

Internationalität (inhaltlich):

Englische Literatur, Fallstudien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Verschiedenes Lehrmaterial + Videos, DVDs

- Anleitung durch die didaktischen und fachlichen Coaches sowie Material im Lern Management System (LMS)

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Übungsleistungen bzgl. didaktischer Erstellung und Aufbereitung von digitalen Lerneinheiten (Web-based Trainings) im Laufe des Semesters zu ausgewählten Themen	Über die Übungsleistungen werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

HR III: Employee Retention

HR III: Employee Retention

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Jan Sauer	Prof. Dr. Jan Sauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Personalmanagement/HR Management

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Besonders im internationalen Umfeld Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachliche Kompetenz:

Verständnis für Methoden und Theorien der Personalbindung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.

Methodische Kompetenz:

Wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Personalbindungsmaßnahmen sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Entwicklung von Mitarbeiterumfragen, Durchführung von Leistungsbewertungen)

Persönliche Kompetenz:

Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext von Mitarbeiterbefragungen und Personalbindungsmaßnahmen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Ziel der Personalbindung ist es, qualifizierte Mitarbeitende dauerhaft an das Unternehmen zu binden (geringe Fluktuationsrate). Für einen erfolgreichen Bindungsprozess muss eine Status Quo Analyse der relevanten psychologischen Faktoren durchgeführt werden sowie geeignete Maßnahmen abgeleitet und implementiert werden.

- Analyse: Mitarbeiterbefragung (inkl. Benchmarking), Austrittsgespräch
- Faktoren: Arbeitszufriedenheit, Soziale Identität, Commitment

- Maßnahmen: Arbeitsinhalte (z.B. Job Enrichment), Arbeitsbedingungen (z.B. leistungsbezogene Bezahlung, Flexibilität), Führung (z.B. Feedback, Partizipation)

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, Englische Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien

Grundlagenlehrbücher:

- Kanning, U. P. (2017). Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Springer.

Weiterführende Lehrbücher, Fach- und Forschungsartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Prüfungsform: Multiple-Choice Klausur (60min) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Kognitive Technologien und Anwendungen

Cognitive Technologies and Applications

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Simon Preis	Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlegende IT-Kenntnisse

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Integration in weitere Module im Studienangebot der Fakultät Betriebswirtschaft Hochschulweite Verwendbarkeit: - Anrechenbar in den Studiengängen: Angewandte Wirtschafts-psychologie (AWP), Betriebswirtschaft (BW), Digital Business (DIB) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht im Blended Learning Format. Nutzung von Online-Plattformen und digitalen Entwicklungswerkzeugen.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Ziel des Moduls ist es, kognitive Informationstechnologien kennenzulernen und eigenständig einsetzen zu können zur Entwicklung intelligenter Anwendungen, insbesondere zur Lösung von Problemstellungen im Bereich der Wirtschaftspsychologie.

- Fachkompetenz: Fundiertes theoretisches Verständnis und praktische Anwendung ausgewählter Technologien zur Implementierung kognitiver Anwendungen.
- Methodenkompetenz: Anwendung praxiserprobter Methoden zur eigenständigen Verwendung kognitiver Technologien
- Persönliche Kompetenz: Teamarbeit, kritische Reflexion von Technologien, selbständige Entscheidungsfindung beim technischen Design, Ergebnispräsentation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Grundlagen zu Entscheidungsunterstützungssystemen
- Wissensmanagement (Wiki, Ontologien, ...)
- Künstliche Intelligenz (Regelbasierte Systeme, Machine Learning, ...)
- Technologien zur Spracherkennung und -Verarbeitung
- Chatbots
- Mensch-Maschine-Schnittstellen
- Übungen am Rechner mit ausgewählten Softwarewerkzeugen
- Entwicklung von Prototypen für praxisbezogene Problemstellungen

Internationalität (inhaltlich):		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
<p>Skript, ausgewählte Artikel, Experimentelles Prototyping, Internetquellen</p> <p>Basis-Lehrbuch:</p> <p>Portmann & D’Onofrio, (2020) Cognitive Computing - Theorie, Technik und Praxis</p> <p>Ergänzende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hurwitz et al. (2015), Cognitive Computing and Big Data Analytics • Hwang and Chen (2017), Big-Data Analytics for Cloud, IoT and Cognitive Computing • Neugebauer (2018), Digitalisierung • Pfister et al. (2017), Die Psychologie der Entscheidung • Preim und Dachzelt (2010), Interaktive Systeme 		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Lernportfolio	Studierende erarbeiten die vorgegebenen Bestandteile des Lernportfolios. Gewichtung 100%	Über das Lernportfolio werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft. Gewichtung 100%

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Leadership Psychology

Leadership Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Psychologie I und II

English for Psychology I und II

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Grundlage für den Bachelor Wirtschaftspsychologie Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen):

Die Bedeutung von Führung in Organisationen sowie praxisorientierte Ansätze zu erkennen.

Fachliche Kompetenz: Praxisorientiertes Verständnis einer neuen und international ausgerichteten Rolle von Führungskräften als Mitgestalter der Zukunft der Organisation

Methodische Kompetenz: Einschätzung und Anwendung von grundlegenden Führungsinstrumenten

Soziale Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich selbst und anderen, um zu einer ethisch vorbildlichen Führungskraft zu reifen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Verständnis von Führung
- Persönlichkeitsmerkmale erkennen
- Führungsstile verstehen
- Entwicklung von Führungsqualitäten
- Stärken einbeziehen
- Visionen schaffen
- ein konstruktives Klima schaffen

- Vielfalt und Integration fördern
- Konfliktbewältigung
- Ethik in der Führung
- Erforschung destruktiver Führung

Internationalität (inhaltlich):

Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Northouse, P.G. (2021). Introduction to leadership: Concepts and practice (5th ed.). Sage

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Klausur: 60 Minuten (multiple-choice) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Leadership Psychology 2

Leadership Psychology 2

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Psychologie I und II, Personalmanagement, Leadership Psychology

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf B.Sc. Angewandte Wirtschaftspsychologie	Lehrgespräch, Fallstudienarbeit, Simulationen, Persönlichkeitstests und Reflexionsarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen): die Bedeutung ethischer Führung in Organisationen sowie praxisorientierte Ansätze zu erkennen.

Fachliche Kompetenz: Praxisorientiertes Verständnis einer neuen und international ausgerichteten Rolle von Führungskräften als Mitgestalter der Zukunft der Organisation

Methodische Kompetenz: Beurteilung und Anwendung von grundlegenden Führungsinstrumenten

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Auseinandersetzung mit sich selbst und anderen, um zu einer ethisch vorbildlichen Führungskraft zu reifen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Rolle und Aufgaben von Führung in international agierenden Organisationen
- Verantwortungen
- Führungstheorien
- Gestaltungsmöglichkeiten: Dyaden, Macht und Einfluss
- Entscheidungsverhalten
- Kontemporäre Führungsansätze: Teams, Frauen, Ethik

Internationalität (inhaltlich):

Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Cutler, A. (2014). Leadership Psychology. (1st ed.) Philadelphia, PA: Kogan Page
- Macharzina, K., & Wolf, J. (2017). Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen. (10th ed.) Berlin/Heidelberg: Springer Verlag
- Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and Practice. (9th ed.) Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die theoretischen und praktischen Inhalte der Veranstaltung abgefragt: Hausarbeit (65%) Präsentation (35%)	Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Qualitative Methoden

Qualitative methods

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Anna-Lisa Klages

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach erfolgreichem Belegen des Kurses haben die Studierenden sich folgende Kompetenzen angeeignet:

Fachliche Kompetenzen:

- Kenntnisse über Ethik in der qualitativen Forschung
- Entwickeln von Forschungsfragen und -subfragen

Methodische Kompetenzen:

- Erstellung von Interviewleitfäden
- Ausformulieren von Beobachtungsprotokollen
- Transkription anhand von MAXQDA
- Verdichten der Auswertung
- Theoretisierung von Forschungsergebnissen anhand des generierten Materials
- Ausformulierung und Auswertung eines Forschungsberichts

Persönliche und Soziale Kompetenzen:

- Gruppen- und Teamarbeit
- Konfliktfähigkeit
- Kommunikation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content****Inhalt:**

- Literaturrecherche
- Entwickeln von Forschungsfrage und -Subfragen
- Erstellung von Interviewleitfäden
- Differenzierung Expertise- vs. Tiefeninterviews
- Interview-/Beobachtungsanfrage stellen
- Methoden der Datengenerierung
- Ethik in der qual. Forschung
- Transkribieren von Interviews
- Ausformulieren von Beobachtungsprotokollen (dichte Beschreibung)
- Methoden der Datenauswertung
- Analysieren anhand von Probematerialien
- Formen des Schließens
- Verdichtung der Auswertung
- theoretische Sättigung
- Theoretisierung von Forschungsergebnissen anhand des generierten Materials

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Keine Besonderen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Ausformulierung/ Finalisierung der Auswertung und eines Forschungsberichtes Vergabe von Teilpunkten, wie zu Beginn des Kurses gemeinsam festgelegt, auf: <ul style="list-style-type: none"> • theoriebasierte Forschungsfrage • Leitfaden • Wahl mit Begründung der Analysemethode 	Über die Übungsleistung werden alle zu erlernenden Kompetenzen abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Markt- und Werbepsychologie

Arbeits- und Organisationspsychologie

Industrial and Organizational Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Psychologie I und II

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen: Erkennen der Bedeutung von Gestaltung der Arbeit und Psychologie in Organisationen sowie praxisorientierter Ansätze

Fachkompetenz: Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und zukunftsweisende Rolle als Mitgestalter der Unternehmenszukunft

Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Arbeitsanalyse- und Führungsinstrumente

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich und anderen in Arbeits- und Veränderungsprozesse

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Talente finden und bewerten
- Entwicklung und Bindung von Talente
- Arbeitsanalyse und Bewertung
- Effektive Teams aufbauen
- Interaktion und Kommunikation
- Führung
- Arbeitsmotivation und Arbeitszufriedenheit

- Stress und Wohlbefinden bei der Arbeit
 - Konflikte in Organisationen
- Internationalität (inhaltlich): Englische Literatur, Fallstudien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Bamberger, E., Mohr, G., & Busch, C. (2015). Arbeitspsychologie. Hogrefe.
 Kauffeld, S. (2018). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (3rd. ed). Springer
 Nerdinger, F.W., Bickle, G., Schaper, N., #svhs#amp## Molga, M. (2018). Arbeits- und Organisationspsychologie (4th. ed,). Springer.
 Spector, P.E. (2017). Industrial and Organizational Psychology - Research and Practice (7th. ed.). Wiley
 Psychologische Journalartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die theoretischen und praktischen Inhalte der Veranstaltung abgefragt: Hausarbeit (65%) Präsentation (35%)	Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Einführung in die Empirische Forschung

Introduction to Empirical Research

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Simon Preis	Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Studierende erlernen die wichtigsten Schritte bei der Planung und Umsetzung von empirischen Forschungsprojekten.

Fachkompetenz: Durchführung von Literaturrecherchen, Entwicklung von Forschungsfragen und -Hypothesen, Entwicklung eines individuellen Forschungsdesigns, Entwicklung und Durchführung empirischer Datensammlung, Analyse von Forschungsdaten, Präsentation von Forschungsergebnissen

Methodenkompetenz: Anwendung international etablierter Methoden zur Entwicklung und Durchführung empirischer Forschungsprojekte.

Persönliche Kompetenz: Teamwork, Projektmanagement, kritische Reflexion von Forschungsdesignentscheidungen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Durchführung von Literaturrecherchen
- Entwicklung von Forschungsfragen und -Hypothesen,
- Entwicklung eines individuellen Forschungsdesigns,
- Entwicklung und Durchführung empirischer Datensammlung,
- Analyse von Forschungsdaten,
- Präsentation von Forschungsergebnissen

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Hug, T., & Poscheschnik, G. (2014), Empirisch forschen: Studieren, aber richtig. 2. Auflage, UTB.		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<p>Leistungsnachweise während des Semesters:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende reichen zu den einzelnen Meilensteinen des Forschungsprozesses ihre individuellen Ergebnisse ein. • Gruppen-Präsentation der Zwischenergebnisse zur Semestermitte muss durchgeführt werden vor der eigentlichen Datensammlung. <p>Notenbildung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gruppen-Präsentation der Forschungsergebnisse am Semesterende: 50% 2. Einreichen eines Forschungsartikels als Gruppe zum Semesterende: 50% 	Alle in den Lernzielen aufgeführten Kompetenzen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft

Moral reasoning in economy and society

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Lisa Ranisch	Prof. Dr. Lisa Ranisch

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Abgeschlossene Grund- und Basismodule.

Empfohlene Voraussetzungen:

Neugier für ethische Argumentationsmuster und ihre Anwendung in Wirtschaft und Gesellschaft.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Als übergreifendes Thema für alle Studienrichtungen geeignet. Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer (Gruppen-)Unterricht und Übungen ggf. Gastvortrag.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden sind mit verschiedenen Argumentationstypen vertraut und können auf Basis zentraler Werte und Güter sowie Moraltheorien eine fundierte Argumentation entwickeln und vertreten. Sie sind in der Lage, Argumentationsfehler in Debatten aufzudecken und lösungsorientiert zu diskutieren, indem sie relevante Dimensionen und betroffene Stakeholder berücksichtigen.
- Methodenkompetenz:**
 Den Studierenden ist die selbständige Aufbereitung, Strukturierung und Argumentation ethisch relevanter Fragestellungen aus Wirtschaft und Gesellschaft möglich.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Im Rahmen der Veranstaltung werden sowohl persönliche Kompetenzen (Teamarbeit, Präsentation) als auch die Selbstkompetenz gefördert, indem die Studierenden Klarheit über eigene und gesellschaftliche Wertvorstellungen erlangen sowie ihre Kritikfähigkeit üben.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Verschiedene Argumentationstypen

- Vermeidung typischer Argumentationsfehler
- Ethische Kompetenz im Umgang mit aktuellen moralischen Fragen in Wirtschaft und Gesellschaft
- Fallbezogene Anwendung der fünf Schritte ethischer Entscheidungsfindung
- Entwicklung von Umsetzungsstrategien im Unternehmenskontext
- Einfluss individueller und situativer Faktoren auf Entscheidungen

Internationalität (Inhaltlich):

Beispiele und Fallstudien internationaler Unternehmen

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Bleisch, B./Huppenbauer, M. (2014). Ethische Entscheidungsfindung. Ein Handbuch für die Praxis. Zürich: Versus Verlag.
- Crane, A./Matten, D./Glozer, S./Spence, L. (2019): Business Ethics. New York: Oxford University Press.
- Dietrich, J. (2007): Was ist ethische Kompetenz? S. 30-51 in Quinn et al. (Hrsg.), Wertloses Wissen? Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Fenner, D. (2008). Ethik: Wie soll ich handeln? Böhlau. UTB.
- Schleichert, H. (2008): Wie man mit Fundamentalisten diskutiert, ohne den Verstand zu verlieren. Anleitung zum subversiven Denken. München: Beck

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Gewichtung: Mündliche Präsentation 30 % Schriftliche Ausarbeitung 70 %	Über die mündliche und schriftliche Übungsleistung werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS (wird im SS24 nicht angeboten)

Experimental Business Psychology & SPSS

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits										
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5										
Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module										
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester										
Modulverantwortliche(r) Module Convenor		Dozent/in Professor / Lecturer											
MA, M.H.R. Simone Orłowski		Mag. Cornelia Oszlonyai											
Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)													
Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)													
Pflicht Voraussetzungen: Keine													
Empfohlene Voraussetzungen: Keine													
Verwendbarkeit Availability		Lehrform Teaching Methods	Workload										
Keine		Angeleitetes Selbststudium	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Gesamtaufwand:</td> <td style="width: 50%;">ca. 150 h</td> </tr> <tr> <td>Kontaktzeit:</td> <td>ca. 47 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium:</td> <td>ca. 103 h</td> </tr> <tr> <td>Leistungsnachweise:</td> <td>ca. 0 h</td> </tr> <tr> <td>Prüfungsvorbereitung:</td> <td>ca. 0 h</td> </tr> </table>	Gesamtaufwand:	ca. 150 h	Kontaktzeit:	ca. 47 h	Selbststudium:	ca. 103 h	Leistungsnachweise:	ca. 0 h	Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h
Gesamtaufwand:	ca. 150 h												
Kontaktzeit:	ca. 47 h												
Selbststudium:	ca. 103 h												
Leistungsnachweise:	ca. 0 h												
Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h												
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes													
Noch zu bestimmen													
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität: Course Content													
Noch zu bestimmen													
Lehrmaterial und Literatur: Course Material and literature													
Keine Besonderen													
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a) Method of Assessment													
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting		Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed										
Übungsleistung	Keine		Keine Anmerkungen										

*¹⁾ Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*²⁾ Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

HR III: Employee Retention

HR III: Employee Retention

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Jan Sauer	Prof. Dr. Jan Sauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Personalmanagement/HR Management

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Besonders im internationalen Umfeld Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachliche Kompetenz:

Verständnis für Methoden und Theorien der Personalbindung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.

Methodische Kompetenz:

Wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Personalbindungsmaßnahmen sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Entwicklung von Mitarbeiterumfragen, Durchführung von Leistungsbewertungen)

Persönliche Kompetenz:

Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext von Mitarbeiterbefragungen und Personalbindungsmaßnahmen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Ziel der Personalbindung ist es, qualifizierte Mitarbeitende dauerhaft an das Unternehmen zu binden (geringe Fluktuationsrate). Für einen erfolgreichen Bindungsprozess muss eine Status Quo Analyse der relevanten psychologischen Faktoren durchgeführt werden sowie geeignete Maßnahmen abgeleitet und implementiert werden.

- Analyse: Mitarbeiterbefragung (inkl. Benchmarking), Austrittsgespräch
- Faktoren: Arbeitszufriedenheit, Soziale Identität, Commitment

- Maßnahmen: Arbeitsinhalte (z.B. Job Enrichment), Arbeitsbedingungen (z.B. leistungsbezogene Bezahlung, Flexibilität), Führung (z.B. Feedback, Partizipation)

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, Englische Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien

Grundlagenlehrbücher:

- Kanning, U. P. (2017). Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Springer.

Weiterführende Lehrbücher, Fach- und Forschungsartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Prüfungsform: Multiple-Choice Klausur (60min) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Internationales Marketingmanagement

International Marketing Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmöller	Prof. Dr. Christoph Hachmöller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Geeignet für die Vertiefungen Kundenmanagement sowie Pro- dukt- und Dienstleistungsmanagement. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - International Business (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, praktische Projektarbeit im Team, Fallstudien.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fach- und Methodenkompetenz:

- Globalisierungstreiber und Herausforderungen international tätiger Unternehmen identifizieren und verstehen
- internationale Märkte analysieren und auswählen
- Markt-Eintrittsstrategien kennen und anwenden
- Methoden und Aufgaben des Produktmanagements für globale Märkte kennen und anwenden können
- Kundenanforderungen formulieren können
- Die Rolle von Innovationen verstehen und einordnen können
- Besondere Rolle der Preissetzung und der Preisdurchsetzung für den Geschäftserfolg kennen
- Die Erfolgsfaktoren für die Umsetzung neuer Geschäftsideen in Startups kennen
- Die Besonderheiten des Produkt- und Marketingmanagements für Dienstleistungen kennen und anwenden können

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):

- kooperativ ein Teamprojekt zu planen und fristgemäß auszuführen und falls nötig das Team auch zu führen. (Teamfähigkeit/Teamführungsfähigkeit)
- Ergebnisse effektiv zu kommunizieren und komplexe Informationen prägnant und umfassend sowohl schriftlich als auch mündlich kompetent auszudrücken. (Kommunikationskompetenz)
- die eigene Kultur zu reflektieren und abzuwägen, wie, warum und mit welchen Optionen Kommunikation an unterschiedliche Kulturkreise angepasst werden kann um mit Menschen unterschiedlicher Kulturen im Business-Kontext effektiv, regelkonform, respektvoll und angepasst umzugehen. (Interkulturelle Kompetenz)

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

- Globalisierungstreiber
- Analyse und Auswahl internationaler Märkte
- Markt-Eintrittsstrategien
- Aufbau- und Ablauforganisationen internationaler Sales- und Marketingorganisationen
- Aufgaben des Marketing- und Produktmanagements
- Kundenanforderungen identifizieren und im Lastenheft dokumentieren
- Pricing Strategien
- Entwicklung von Geschäftsideen nach dem Lean Startup Prinzip, MVP
- Besonderheiten des Produkt- und Marketingmanagements für Dienstleistungen

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Backhaus/Voeth: Internationales Marketing (Schäffer-Poeschel), neueste Auflage.
- Müller, Stefan / Gelbrich, Katja (2014): Interkulturelle Kommunikation, Verlag Franz Vahlen, München.
- Schugk, Michael (2004): Interkulturelle Kommunikation – Kulturbedingte Unterschiede in Verkauf und Werbung, Verlag Franz Vahlen, München. 83
- Schugk, Michael (2014): Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft: Grundlagen und Interkulturelle Kompetenz für Marketing und Vertrieb, Verlag Franz Vahlen, München.
- Welge, Martin K. / Holtbrügge, Dirk (2015): Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Skript, Übungsaufgaben sowie weitere Informationen werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung in Form einer Powerpoint Präsentation (Teamleistung) 50% Präsentation mit zusätzlichen Fragen zum Thema des Unterrichts (individuelle Leistung)	Analysekompetenz, Anwendungskompetenz, Fachkompetenz, interkulturelle Kompetenz, Kommunikationskompetenz, s.o.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Leadership Psychology

Leadership Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Psychologie I und II

English for Psychology I und II

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Grundlage für den Bachelor Wirtschaftspsychologie Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen):

Die Bedeutung von Führung in Organisationen sowie praxisorientierte Ansätze zu erkennen.

Fachliche Kompetenz: Praxisorientiertes Verständnis einer neuen und international ausgerichteten Rolle von Führungskräften als Mitgestalter der Zukunft der Organisation

Methodische Kompetenz: Einschätzung und Anwendung von grundlegenden Führungsinstrumenten

Soziale Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich selbst und anderen, um zu einer ethisch vorbildlichen Führungskraft zu reifen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Verständnis von Führung
- Persönlichkeitsmerkmale erkennen
- Führungsstile verstehen
- Entwicklung von Führungsqualitäten
- Stärken einbeziehen
- Visionen schaffen
- ein konstruktives Klima schaffen

- Vielfalt und Integration fördern
- Konfliktbewältigung
- Ethik in der Führung
- Erforschung destruktiver Führung

Internationalität (inhaltlich):

Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Northouse, P.G. (2021). Introduction to leadership: Concepts and practice (5th ed.). Sage

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Klausur: 60 Minuten (multiple-choice) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf.

Leadership Psychology 2

Leadership Psychology 2

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen): die Bedeutung ethischer Führung in Organisationen sowie praxisorientierte Ansätze zu erkennen.

Fachliche Kompetenz: Praxisorientiertes Verständnis einer neuen und international ausgerichteten Rolle von Führungskräften als Mitgestalter der Zukunft der Organisation

Methodische Kompetenz: Beurteilung und Anwendung von grundlegenden Führungsinstrumenten

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Auseinandersetzung mit sich selbst und anderen, um zu einer ethisch vorbildlichen Führungskraft zu reifen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Rolle und Aufgaben von Führung in international agierenden Organisationen
- Verantwortungen
- Führungstheorien
- Gestaltungsmöglichkeiten: Dyaden, Macht und Einfluss
- Entscheidungsverhalten
- Kontemporäre Führungsansätze: Teams, Frauen, Ethik

Internationalität (inhaltlich):

Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Cutler, A. (2014). Leadership Psychology. (1st ed.) Philadelphia, PA: Kogan Page
- Macharzina, K., & Wolf, J. (2017). Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen. (10th ed.) Berlin/Heidelberg: Springer Verlag
- Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and Practice. (9th ed.) Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die theoretischen und praktischen Inhalte der Veranstaltung abgefragt: Hausarbeit (65%) Präsentation (35%)	Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marken - und Marketingkonzeptionen

Brand and Marketing Design

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule, Marketing

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht und praktische Projektarbeit im Team, Vortrag/Referat, Fallstudien	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Markenidentität und Markenführung Marketingstrategie Einbindung des Marketings in die unternehmerische Praxis
- **Methodenkompetenz:**
Fallstudien und Praxisfälle, Arbeiten mit Journals, Gestaltung
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Präsentation, Teamarbeit, Selbst- und Zeitmanagement

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Markenidentität und Markenführung
- Messgrößen des Marketings (Markenwert, div. KPIs, Formulierung von Marketing-Zielen)
- Zielgruppenbestimmung (Personas, Sinus Millieus, etc.)
- Produktmarketing (z.B. Neuproduktplanung, Marketing in unterschiedlichen Produktlebenszyklen)
- Anwendung des Marketing-Mix (z.B. Zusammenwirken der 4 Ps)
- Portfoliomanagement
- Markenarchitektur

- Marken- und Marketingkommunikation
- Grundlagen der Gestaltung als Basis für erfolgreiche Kommunikation
- Markenpsychologie
- Einfluss Neuromarketing

Internationalität:

internationale Forschungsergebnisse, Markenbeispiele

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Schmidt H. Markenführung, 2015
- Esch F. Markenführung, 2014
- Becker J. Marketingkonzeption, 2013
- Burmann C. et al. Identitätsbasierte Markenführung, 2015
- Hoffmann S., Akbar P. Konsumentenverhalten, 2016
- Gutjahr G. Markenpsychologie, 2015
- Meffert H. et al. Marketing, 2019
- Strebing A. et al. Werbe- und Markenforschung, 2006
- Regier S. et al. Marken und Medien, 2016
- Bruhn M. et al. Handbuch Kommunikation, 2009
- Sarstedt M., Mooi E. A concise Guide to Market Research, 2014
- Riedmann-Streitz C. Gibt es noch Marken in der Zukunft?, 2014 103
- Kanitz C. Gestaltung komplexer Markenarchitekturen, 2013
- Haller P., Twardawa W. Die Zukunft der Marke, 2014
- Kotler P. et al. Marketingmanagement, 2015
- Homburg C. Marketingmanagement, 2014

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung)	Fähigkeit ein relevantes Kursthema zu recherchieren, strukturieren, praktisch anzuwenden und anschaulich darzustellen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marketingkommunikation

Marketing Communication

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Pflichtfach Kundenmanagement, Eignung auch für Produkt- und Dienstleistungsmanagement Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 30 h
		Leistungsnachweise:	ca. 60 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Den Studierenden werden vertiefende Kenntnisse zu ausgewählten Kommunikationsinstrumenten und deren operativen Einsatz vermittelt. Dabei bildet die Umsetzung der Produktpositionierung und die psychologische Steuerung des Kundenverhaltens einen besonderen Schwerpunkt.
- **Methodenkompetenz:**
Eigene Marktstudien, Fallstudien, selbstständige Erarbeitung von Themenbausteinen
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Teamarbeit, Vortrags- und Präsentationstechnik

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Überblick Marketing-Mix und besondere Bedeutung der Kommunikationspolitik
- Kommunikationsinstrumente - Eignung zur Umsetzung der Marketingziele
- (Image)Positionierung von Produkten
- Entwicklung der Markenidentität
- Marken- und kommunikationspolitische Herausforderungen

- Prinzipien und Psychologie des Kundenverhaltens und der Kaufentscheidung
 - Aktivierende Prozesse, Emotionen, Motive und Ziele der Kunden
 - Beeinflussung der Wahrnehmung, Einstellungen und Kundenbindung der Konsumenten
 - Gestaltung der Werbung in den relevanten Medien durch die Verwendung psychologischer Überzeugungsmuster und Codes
- Internationalität (inhaltlich):
Marketing verfolgt immer auch die international relevanten Markenstrategien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Das in den Lehrveranstaltungen verwendete Material wird über moodle zur Verfügung gestellt

Literatur:

- Fuchs, W., Unger, F., Management der Marketingkommunikation, Springer Gabler, 2014
- Bruhn, M., Unternehmens- und Marketingkommunikation, Vahlen Verlag, 20214
- Homburg Ch., Grundlagen des Marketingmanagments, Springer Gabler, 2014

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung)	Analysekompetenz, Anwendungskompetenz, Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Kommunikationskompetenz, s.o

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Markt- und Werbepsychologie

Market and advertising psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Anna Grimm	Prof. Dr. Anna Grimm

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Vorlesungen, Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 15 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen

Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden kennen die Grundlagen der Werbe- und Konsumentenpsychologie. Sie verstehen die Grundzüge der Verhaltenssteuerung und wichtige psychologische Konstrukte entlang des Kaufprozesses.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden können Methoden der Marktforschung für ausgewählte Fragestellungen der Werbung und des Konsumentenverhaltens am Beispiel anwenden.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Die Studierenden können strategische Themen in der Gruppe differenziert diskutieren. Sie arbeiten im Team an strategischen Themen und können relevante Sachverhalte gemeinsam adäquat darstellen. Die Studierenden können Herausforderungen in der Werbe- und Konsumentenpsychologie einschätzen und differenziert betrachten.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Wahrnehmung: Reizaufnahme und -verarbeitung
- Lernen, Speichern und Abrufen von Information
- Grundbegriffe der Sozialpsychologie
- Mechanismen der Verhaltenssteuerung: Emotion, Motivation, Einstellungen
- Prinzipien der (sozialen) Urteilsbildung

- Psychologischer Prozess von Kaufentscheidungen
- Persuasion und Modelle der Werbewirkung
- Einflussfaktoren auf Werbewirkung: Soziale, situative und differentialpsychologische Einflussfaktoren
- Werbe- und Produktgestaltung
- Messung von Werbewirkung
- Psychologie von Marken und Branding

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Raab, Gerhard (2016): Marktpsychologie (verfügbar als e-book)
- Foscht, Thomas (2017): Käuferverhalten (verfügbar als e-book)
- Spieß, Erika (2013): Konsumentenpsychologie (verfügbar als e-book)
- Felser, Georg (2015): Werbe- und Konsumentenpsychologie
- Bak, Michael (2019): Werbe- und Konsumentenpsychologie
- Röhner, Jessica; Schütz, Astrid (2016) Psychologie der Kommunikation

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur über 60 min (Einzelleistung): 70% • Semesterbegleitende Projektarbeit (in Kleingruppen): 30% <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!</p>	<p>Aufgabe 1: Über den schriftlichen Test werden die Kenntnis und das Verständnis der fachlichen Inhalte der Veranstaltung geprüft.</p> <p>Aufgabe 2: Über die Projektarbeit werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marktforschung einschl. Werkzeuge der Marktforschung (SPSS)

Market Research including Market Research Tools

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmöller	Dr. Christian Trippner; Dr. Markus Zinnbauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, praktische Projektarbeit im Team, Durchführung einer empirischen Befragung mit allen Projektstufen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 50 h
		Selbststudium:	ca. 20 h
		Leistungsnachweise:	ca. 60 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 20 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Die Studierenden lernen die Methodik, typische Marktforschungsaufgaben korrekt zu definieren, zu projektieren, durchzuführen und zu analysieren.
- **Methodenkompetenz:**
Methodik der Marktforschung für ausgewählte Fragestellungen des Marketings, Anwendung des erworbenen Wissens anhand einer Marktbefragung, Erlernen eines relevanten Auswertungstools.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Teamarbeit, Vortrags- und Präsentationstechnik

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

Block 1: (Dr. Markus Zinnbauer)

Teil 1: Einführung und begriffliche Abgrenzungen

Teil 2: Theoretische Grundlagen

- 95B Entscheidungen und Information
- 96B Marktforschung als Entscheidungsprozess

Teil 3: Ausgewählte Aspekte der Datenerhebung

- Messtheoretische Grundlagen
- Auswahlverfahren
- Fehlerquellen und Stichprobengröße
- Gütekriterien

Teil 4: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung einer Produkteinführung

Teil 5: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung im Rahmen der Kundenzufriedenheitsforschung

Teil 6: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung der Image- und Einstellungsmessung

Teil 7: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung der Positionierungsforschung

Praxisprojekt: Eine empirische Erhebung wird mit SPSS in Gruppenarbeit durchgeführt

Block 2: (Dr. Christian Trippner)

SPSS-Tool, -Anwendungsmöglichkeiten und Data Mining

Internationalität:

i. d. R. Befragungen für Unternehmen mit internationaler Betätigung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript und aktuelle Marktforschungsliteratur

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	- Abfrage SPSS-Kenntnisse (Gewichtung 30%) - Mitwirken an einer Marktforschungstudie (Gewichtung 70%)	Keine Anmerkungen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Online Marketing

Online Marketing

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Prof. Dr. Marco Nirschl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Betriebswirtschaftliche Basismodule

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien, Gastvorträge	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Die Studierenden verstehen den Einfluss des E-Business auf den klassischen Marketing-Mix und kennen die Möglichkeiten des Online Marketing. Sie kennen die Einflussfaktoren auf die einzelnen Marketingformen sowie deren Einsatzzweck und die entsprechenden Gestaltungsmöglichkeiten.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden können elektronische Marketing-Aktivitäten konzeptionieren. Sie verstehen die Systematik der Online Marketing-Instrumente (SEO, SEA, Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Social Media-Marketing)
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Online Marketing-Instrumenten und deren Einsatz in der Unternehmenspraxis und können Entscheidungen für den geeigneten Einsatz treffen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

Strategisches Online-Marketing

- Grundbegriffe des Marketing und des Online-Marketing

- Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie
- Formen des Online-Marketing
- Bedeutung und Besonderheiten des Online-Marketing
 - Suchmaschinen-Marketing
 - Display-Marketing
 - Affiliate-Marketing
 - Social Media-Marketing
 - Content-Marketing
 - Influencer-Marketing

Internationalität (inhaltlich):

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte Literatur, u. a.:

- Alpar, Andre; Koczy, Markus; Metzen, Maik: SEO – Strategie, Taktik und Technik: Online-Marketing mittels effektiver Suchmaschinenoptimierung. Springer Gabler 2015.
- Beilharz, Felix: Online Marketing Manager: Handbuch für die Praxis. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. O’Reilly Verlag 2020.
- Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch. 10., aktualisierte und erweiterte Auflage. Rheinwerk Computing 2020.
- Keßler, Esther; Rabsch, Stefan; Mandic Mirko: Erfolgreiche Websites: SEO, SEM, Online-Marketing, Kundenbindung, Usability. 3. Auflage. Rheinwerk Verlag 2015.
- Kreuzer, Ralf: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten. 3. Auflage. Springer Gabler 2018.
- Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung. 7. Auflage, Springer Gabler 2019.
- Löffler, Miriam: Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Rheinwerk Verlag 2014.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Projektmanagement für PR & Marketing

Projectmanagement fo PR and Marketing

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	20

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Monika Hofmann

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen der VWL und BWL, vor allem Marketing, Begeisterung für Sprache und Kommunikation

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Geeignet für das Studienangebot Wirtschaftskommunikation im Rahmen des Studiengangs Betriebswirtschaft sowie Marketing und Employer Branding Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen Für dual Studierende: • Projekte von Dual-Partnerunternehmen werden durch deren dual Studierende bearbeitet. Ggf. können nicht dual Studierende an diesen Projekten teilnehmen sofern die Teilnehmendenzahl dies zulässt	Interaktiver Projektunterricht mit vielfältigen journalistischen Übungen der Teilnehmenden	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 30 h ca. 60 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden lernen, journalistische Methoden in der Praxis anzuwenden, um schnell und professionell Texte in den meist genutzten Darstellungsformen, wie Interviews und Reportagen, zu verfassen. Ferner üben sie, PR-Meldungen für Print- und Onlinemedien zu erstellen. Zudem trainieren sie, konzeptionell und kreativ zu arbeiten, indem sie Konzepte für Kunden- und Unternehmensmagazine und Themenpläne entwerfen.
- Methodenkompetenz:**
 Mit kontinuierlichen Übungen und sofortigem Feedback – im Team und allein –, lernen die Teilnehmenden, mit der Sprache umzugehen und sie souverän je nach Darstellungsformen und Anforderungen an die Texte einzusetzen.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Teamarbeit, sprachliche Kompetenz und Präsentationstechnik.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Konzepte erstellen für ein Kunden-, Unternehmens- oder regionales Mittelstandsmagazin;
- Zielgruppen definieren;
- Themenpläne mit Storyideen entwerfen, die Leser begeistern können;
- journalistische Darstellungsformen, wie Interviews, Reportagen oder Porträts, erkennen – und zielgruppenspezifisch einsetzen lernen;
- professionell Texte erstellen, die das jeweils zu erarbeitende Magazin bereichern sollen;
- Recherchetechniken lernen und anwenden;
- Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Expertinnen und Experten für die jeweils geplanten Interviews, Reportagen und Porträts auswählen, besuchen und befragen;
- PR-Themen erkennen;
- spannende Themen in ebensolche PR- und Pressemeldungen umsetzen;
- Presseanfragen bearbeiten;
- Medienlandschaft kennen und entsprechend den Unternehmenszielen nutzen;
- Themen setzen und forcieren in Online- und Printmedien.

Internationalität:

Themen wie Internationalisierung der Unternehmen werden beispielsweise über die Inhalte der Interviews, Reportagen und Pressemeldungen beleuchtet.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript
- verschiedene Wirtschaftsmagazine (etwa Wirtschaftswoche, IHK-Magazine)
- Fröhlich, Romy, Szyszka, Peter, Bentele, Günter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, Berlin 2015.
- Petra Sammer: Storytelling. Strategien und Best Practices für PR und Marketing. dpunkt. verlag, Heidelberg 2017.
- Gabriele Hooffacker, Klaus Meier: La Roches Einführung in den praktischen Journalismus. Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, Berlin 2017.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit mit Zwischen- und Abschlusspräsentation, Gewichtung: 66% (Ausarbeitung 33 %, Abschlusspräsentation 23 %, Interimpräsentation 10 %) • Vorstellen der Konzepte mit Diskussion, Gewichtung: 34 % <p>Bei mehreren Teilnoten kann eine mit 5,0 bewertete Teilleistung somit ausgeglichen werden. Alle Teilleistungen müssen im selben Semester absolviert werden.</p>	Über die Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzen geprüft einschließlich der Präsentation. Die bewerteten Diskussionsbeiträge dienen dem vertieften Verständnis der vermittelten Inhalte.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Qualitative Methoden

Qualitative methods

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Anna-Lisa Klages

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach erfolgreichem Belegen des Kurses haben die Studierenden sich folgende Kompetenzen angeeignet:

Fachliche Kompetenzen:

- Kenntnisse über Ethik in der qualitativen Forschung
- Entwickeln von Forschungsfragen und -subfragen

Methodische Kompetenzen:

- Erstellung von Interviewleitfäden
- Ausformulieren von Beobachtungsprotokollen
- Transkription anhand von MAXQDA
- Verdichten der Auswertung
- Theoretisierung von Forschungsergebnissen anhand des generierten Materials
- Ausformulierung und Auswertung eines Forschungsberichts

Persönliche und Soziale Kompetenzen:

- Gruppen- und Teamarbeit
- Konfliktfähigkeit
- Kommunikation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

Inhalt:

- Literaturrecherche
- Entwickeln von Forschungsfrage und -Subfragen
- Erstellung von Interviewleitfäden
- Differenzierung Expertise- vs. Tiefeninterviews
- Interview-/Beobachtungsanfrage stellen
- Methoden der Datengenerierung
- Ethik in der qual. Forschung
- Transkribieren von Interviews
- Ausformulieren von Beobachtungsprotokollen (dichte Beschreibung)
- Methoden der Datenauswertung
- Analysieren anhand von Probematerialien
- Formen des Schließens
- Verdichtung der Auswertung
- theoretische Sättigung
- Theoretisierung von Forschungsergebnissen anhand des generierten Materials

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Keine Besonderen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Ausformulierung/ Finalisierung der Auswertung und eines Forschungsberichtes Vergabe von Teilpunkten, wie zu Beginn des Kurses gemeinsam festgelegt, auf: <ul style="list-style-type: none"> • theoriebasierte Forschungsfrage • Leitfaden • Wahl mit Begründung der Analysemethode 	Über die Übungsleistung werden alle zu erlernenden Kompetenzen abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in %

Sales Management

Sales Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 15 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 15 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Die Bausteine des Erfolgs für das Verkaufen, die Verkaufsorganisation und die Mitarbeiterführung am Beispiel des Handels zu kennen.
- Geeignete Methoden der Marktforschung im persönlichen Verkauf zu kennen.
- Den Erfolg eines Verkaufsgesprächs mit Hilfe der Methode des Mystery Shoppings zu analysieren, zu bewerten und Empfehlungen auszusprechen.
- In Teams realistische Problemstellungen bearbeiten.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Grundlagen des Sales Managements
- Käuferverhalten
- Verkäuferverhalten
- Interaktion und Kommunikation zwischen Verkäufer und Käufer
- Organisation und Steuerung des Verkaufs im Handel

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Skript, Fallstudien, angegebene Literatur		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung)	Keine Anmerkungen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Neutral

Arbeits- und Organisationspsychologie

Industrial and Organizational Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen: Erkennen der Bedeutung von Gestaltung der Arbeit und Psychologie in Organisationen sowie praxisorientierter Ansätze

Fachkompetenz: Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und zukunftsweisende Rolle als Mitgestalter der Unternehmenszukunft

Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Arbeitsanalyse- und Führungsinstrumente

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich und anderen in Arbeits- und Veränderungsprozesse

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Talente finden und bewerten
- Entwicklung und Bindung von Talente
- Arbeitsanalyse und Bewertung
- Effektive Teams aufbauen
- Interaktion und Kommunikation
- Führung

- Arbeitsmotivation und Arbeitszufriedenheit
- Stress und Wohlbefinden bei der Arbeit
- Konflikte in Organisationen

Internationalität (inhaltlich): Englische Literatur, Fallstudien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Bamberger, E., Mohr, G., & Busch, C. (2015). Arbeitspsychologie. Hogrefe.

Kauffeld, S. (2018). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (3rd. ed). Springer

Nerdinger, F.W., Bickle, G., Schaper, N., #svhs#amp## Molga, M. (2018). Arbeits- und Organisationspsychologie (4th. ed.), Springer.

Spector, P.E. (2017). Industrial and Organizational Psychology - Research and Practice (7th. ed.). Wiley

Psychologische Journalartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die theoretischen und praktischen Inhalte der Veranstaltung abgefragt: Hausarbeit (65%) Präsentation (35%)	Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Behavioral Finance

Behavioral Finance

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Philipp Kleffel

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule
Empfohlene Voraussetzungen: Personalmanagement

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Vertiefung Unternehmens- und Personalführung, Finance, VWL-Politik Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeit, Planspiel, Gastvortrag	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 50 h
		Leistungsnachweise:	ca. 40 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Die Studierenden sollen das Konzept der Finanzmarkteffizienz dem verhaltensökonomischen Ansatz der Behavioral Finance gegenüberstellen und beurteilen können. Im Vordergrund stehen theoretische Konsistenz und empirische Evidenz. Dabei spielt der Rationalitätsbegriff eine entscheidende Rolle. Es sollen systematische Irrtümer der Anleger in ihrem Informations- und Entscheidungsverhalten herausgearbeitet werden. Die transparent gemachten Wahrnehmungs-, Verhaltens-, und Entscheidungsanomalien ermöglichen den Studierenden, ihre zukünftigen Entscheidungen rational treffen zu können. Sie sollen Heuristiken und die hieraus verursachten kognitiven Verzerrungen beim Spar- und Anlageverhalten und in finanzbezogenen Entscheidungen bei der Beratung und in finanzpsychologischen Untersuchungen sach- und situationsadäquat einbeziehen können. Fallstudien vertiefen die erworbenen Kenntnisse.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Finanzmarkteffizienz versus Behavioral Finance
- Rationale Erwartungen vs. systematische Fehler
- Irrationaler Boom-Bust- oder Gier-Angst-Zyklus
- Homo Oeconomicus versus Homo Irrationalis
- Monetäre Größenwahrnehmung – nominal versus real
- Urteilsheuristiken bei Finanzentscheidungen

- Systematische Anomalien bei Finanzentscheidungen
- Risikoneigung und Risikoverhalten bei Finanzentscheidungen
- Evidenz für/gegen Finanzmarkteffizienz
- Psychologie monetärer Sachverhalte
- Random Walk, white noise und deterministische Trends
- Kognitive Dissonanz und das menschliche Bedürfnis nach Harmonie
- Zukunftserwartung und Anlageverhalten
- Einfluss von Risikobereitschaft und Sicherheitsstreben auf Erleben und Verhalten im Finanzmarkt
- Strategien und Methoden der Finanzberatung

Internationalität (inhaltlich):

Englische Literatur und Skript, internationale Beispiele und Orientierung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Beck, H. (2014), Behavioral Economics – Eine Einführung, Springer
- Ogaki, M. & S. C. Tanaka (2017), Behavioral Economics: Toward a New Economics by Integration with Traditional Economics, Springer
- Bergold, U./Mayer, B. (2005): Markt und Meinung, FinanzBuch Verlag
- Jones, C.P. (2013), Investments: Principles and Concepts, 12th ed., John Wiley & Sons, Kap. 12
- Hubbard, R.G. & A.P. O'Brien (2017), Money, Banking, and the Financial System, 3rd ed., Pearson, Kap. 6
- Goldberg, J./Nitsch R. (1999), Behavioral Finance, FinanzBuch Verlag
- Kahnemann, D. (2016): Schnelles Denken, Langsames Denken, Siedler-Verlag
- Shiller, R. (2000): Irrationaler Überschwang, Campus Verlag
- Forbes, W. (2009), Behavioural Finance, Wiley 45
- Dhama, S. (2016), The Foundations of Behavioral Economic Analysis, Oxford University Press

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Gewichtung: Schriftliche Ausarbeitung: Gewichtung: 60% Präsentation: Gewichtung: 40% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Studienarbeit und deren Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft, einschließlich der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Einführung in die Empirische Forschung

Introduction to Empirical Research

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	45

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Simon Preis	Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Statistics I & II

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Wichtige Grundlage für die Erstellung der Bachelorarbeit. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Studierende erlernen die wichtigsten Schritte bei der Planung und Umsetzung von empirischen Forschungsprojekten.

Fachkompetenz: Durchführung von Literaturrecherchen, Entwicklung von Forschungsfragen und -Hypothesen, Entwicklung eines individuellen Forschungsdesigns, Entwicklung und Durchführung empirischer Datensammlung, Analyse von Forschungsdaten, Präsentation von Forschungsergebnissen

Methodenkompetenz: Anwendung international etablierter Methoden zur Entwicklung und Durchführung empirischer Forschungsprojekte.

Persönliche Kompetenz: Teamwork, Projektmanagement, kritische Reflexion von Forschungsdesignentscheidungen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Durchführung von Literaturrecherchen
- Entwicklung von Forschungsfragen und -Hypothesen,
- Entwicklung eines individuellen Forschungsdesigns,
- Entwicklung und Durchführung empirischer Datensammlung,
- Analyse von Forschungsdaten,
- Präsentation von Forschungsergebnissen

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Hug, T., & Poscheschnik, G. (2014), Empirisch forschen: Studieren, aber richtig. 2. Auflage, UTB.		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<p>Leistungsnachweise während des Semesters:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende reichen zu den einzelnen Meilensteinen des Forschungsprozesses ihre individuellen Ergebnisse ein. • Gruppen-Präsentation der Zwischenergebnisse zur Semestermitte muss durchgeführt werden vor der eigentlichen Datensammlung. <p>Notenbildung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gruppen-Präsentation der Forschungsergebnisse am Semesterende: 50% 2. Einreichen eines Forschungsartikels als Gruppe zum Semesterende: 50% 	Alle in den Lernzielen aufgeführten Kompetenzen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft

Moral reasoning in economy and society

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
--	-----------------------------------

Prof. Dr. Lisa Ranisch

Prof. Dr. Lisa Ranisch

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Abgeschlossene Grund- und Basismodule.

Empfohlene Voraussetzungen:

Neugier für ethische Argumentationsmuster und ihre Anwendung in Wirtschaft und Gesellschaft.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Als übergreifendes Thema für alle Studienrichtungen geeignet. Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer (Gruppen-)Unterricht und Übungen ggf. Gastvortrag.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden sind mit verschiedenen Argumentationstypen vertraut und können auf Basis zentraler Werte und Güter sowie Moraltheorien eine fundierte Argumentation entwickeln und vertreten. Sie sind in der Lage, Argumentationsfehler in Debatten aufzudecken und lösungsorientiert zu diskutieren, indem sie relevante Dimensionen und betroffene Stakeholder berücksichtigen.
- Methodenkompetenz:**
 Den Studierenden ist die selbständige Aufbereitung, Strukturierung und Argumentation ethisch relevanter Fragestellungen aus Wirtschaft und Gesellschaft möglich.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Im Rahmen der Veranstaltung werden sowohl persönliche Kompetenzen (Teamarbeit, Präsentation) als auch die Selbstkompetenz gefördert, indem die Studierenden Klarheit über eigene und gesellschaftliche Wertvorstellungen erlangen sowie ihre Kritikfähigkeit üben.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Verschiedene Argumentationstypen

- Vermeidung typischer Argumentationsfehler
- Ethische Kompetenz im Umgang mit aktuellen moralischen Fragen in Wirtschaft und Gesellschaft
- Fallbezogene Anwendung der fünf Schritte ethischer Entscheidungsfindung
- Entwicklung von Umsetzungsstrategien im Unternehmenskontext
- Einfluss individueller und situativer Faktoren auf Entscheidungen

Internationalität (Inhaltlich):

Beispiele und Fallstudien internationaler Unternehmen

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Bleisch, B./Huppenbauer, M. (2014). Ethische Entscheidungsfindung. Ein Handbuch für die Praxis. Zürich: Versus Verlag.
- Crane, A./Matten, D./Glozer, S./Spence, L. (2019): Business Ethics. New York: Oxford University Press.
- Dietrich, J. (2007): Was ist ethische Kompetenz? S. 30-51 in Quinn et al. (Hrsg.), Wertloses Wissen? Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Fenner, D. (2008). Ethik: Wie soll ich handeln? Böhlau. UTB.
- Schleichert, H. (2008): Wie man mit Fundamentalisten diskutiert, ohne den Verstand zu verlieren. Anleitung zum subversiven Denken. München: Beck

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform * ¹ Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung * ² Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Gewichtung: Mündliche Präsentation 30 % Schriftliche Ausarbeitung 70 %	Über die mündliche und schriftliche Übungsleistung werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*¹) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*²) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS (wird im SS24 nicht angeboten)

Experimental Business Psychology & SPSS

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	Mag. Cornelia Oszlonyai

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Noch zu bestimmen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Noch zu bestimmen

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Keine Besonderen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Keine	Keine Anmerkungen

*¹⁾ Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*²⁾ Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

HR I: Employee Recruitment

HR I: Employee Recruitment

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Jan Sauer	Prof. Dr. Jan Sauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Personalmanagement / HR Management

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Besonders im internationalen Umfeld Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachliche Kompetenz:

Verständnis für Methoden und Theorien der Personalrekrutierung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.

Methodische Kompetenz:

Wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Rekrutierungsmethoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Entwicklung von Inhalten für Employer Branding Aktivitäten, Konzipierung und Durchführung von Bewerbungsinterviews und Assessment Centern)

Persönliche Kompetenz:

Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext der Personalrekrutierung.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Personalrekrutierung beschäftigt sich mit der Anziehung und Akquise geeigneter Bewerbender, der Auswahl der bestpassendsten Bewerbenden sowie der Sicherstellung von Akzeptanz und Nutzen der Rekrutierungsmethoden und -entscheidungen.

- Akquise: Personalmarketing (inkl. Employer Branding), Talent Acquisition etc.
- Auswahl: Eignungsdiagnostische Methoden (z.B. Sichtung von Bewerbungsunterlagen, Durchführung von Bewerbungsinterviews und Assessment Centern), Entscheidungsstrategien, Qualitätsstandards etc.

Akzeptanz & Nutzen: Candidate Experience #svhs#amp## Journey, Nutzenanalyse etc.

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, Englische Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien

Grundlagenlehrbücher:

- Kanning, U. P. (2017). Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Berlin: Springer.

Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.). (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Weiterführende Lehrbücher, Fach- und Forschungsartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen
Examination Method	Type/scope incl. weighting	Learning outcomes / competences to be assessed

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

HR II: Training and Development

HR II: Training and Development

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Laura Bodmann; Prof. Dr. Gabriele Murry; Ruhul Amin Noel

Prof. Dr. Gabriele Murry	Laura Bodmann; Prof. Dr. Gabriele Murry; Ruhul Amin Noel
--------------------------	--

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)
Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:
 Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Empfohlene Voraussetzungen:
 Personalmanagement

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Bereich Unter-nehmens- und Personalführung. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeit, Exkursionen, Gastvorträge	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 40 h
		Leistungsnachweise:	ca. 40 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 10 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:
Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Erkennen der Bedeutung von Führung in Organisationen sowie praxisorientierter Ansätze

- **Fachkompetenz:**
Praxisorientiertes Verständnis für internationale Ansätze der Förderung von Organisationsmitgliedern im Rahmen der Personalentwicklung, hochschulübergreifende Kooperation in der Erstellung von Selbstlerneinheiten
- **Methodenkompetenz:**
Beurteilung und Anwendung grundlegender Personalentwicklungsinstrumente sowie von Trainingsansätzen, insbesondere von didaktisch aufbereiteten Selbstlerneinheiten auf Lernplattformen unter Nutzung verschiedener digitaler Tools
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Erarbeiten und Anwenden von Führungs- und Team-Trainings in Kleingruppen unter Anleitung von didaktischen und fachlichen Coaches, Projektkoordination

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:
Course Content

- Diversity: Vergleiche, Fördermaßnahmen
- Competencies: Konzeption und Implementierung von Maßnahmen zur Förderung von Kernkompetenzen im internationalen Umfeld

- Career Development: Leistungs- /Potenzialbeurteilung, Entwicklungspfade
- Training: Train the Trainer-Ansätze, Persönlichkeitstraining, Führungstraining
- Coaching: Führungskräfte, Mitarbeiter

Internationalität (inhaltlich):

Englische Literatur, Fallstudien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Verschiedenes Lehrmaterial + Videos, DVDs

- Anleitung durch die didaktischen und fachlichen Coaches sowie Material im Lern Management System (LMS)

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Übungsleistungen bzgl. didaktischer Erstellung und Aufbereitung von digitalen Lerneinheiten (Web-based Trainings) im Laufe des Semesters zu ausgewählten Themen	Über die Übungsleistungen werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

HR III: Employee Retention

HR III: Employee Retention

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Jan Sauer	Prof. Dr. Jan Sauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Personalmanagement/HR Management

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Besonders im internationalen Umfeld Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachliche Kompetenz:

Verständnis für Methoden und Theorien der Personalbindung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.

Methodische Kompetenz:

Wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Personalbindungsmaßnahmen sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Entwicklung von Mitarbeiterumfragen, Durchführung von Leistungsbewertungen)

Persönliche Kompetenz:

Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext von Mitarbeiterbefragungen und Personalbindungsmaßnahmen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Ziel der Personalbindung ist es, qualifizierte Mitarbeitende dauerhaft an das Unternehmen zu binden (geringe Fluktuationsrate). Für einen erfolgreichen Bindungsprozess muss eine Status Quo Analyse der relevanten psychologischen Faktoren durchgeführt werden sowie geeignete Maßnahmen abgeleitet und implementiert werden.

- Analyse: Mitarbeiterbefragung (inkl. Benchmarking), Austrittsgespräch
- Faktoren: Arbeitszufriedenheit, Soziale Identität, Commitment

- Maßnahmen: Arbeitsinhalte (z.B. Job Enrichment), Arbeitsbedingungen (z.B. leistungsbezogene Bezahlung, Flexibilität), Führung (z.B. Feedback, Partizipation)

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, Englische Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien

Grundlagenlehrbücher:

- Kanning, U. P. (2017). Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Springer.

Weiterführende Lehrbücher, Fach- und Forschungsartikel

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Prüfungsform: Multiple-Choice Klausur (60min) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Internationales Marketingmanagement

International Marketing Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmöller	Prof. Dr. Christoph Hachmöller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Geeignet für die Vertiefungen Kundenmanagement sowie Pro- dukt- und Dienstleistungsmanagement. Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) - International Business (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, praktische Projektarbeit im Team, Fallstudien.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fach- und Methodenkompetenz:

- Globalisierungstreiber und Herausforderungen international tätiger Unternehmen identifizieren und verstehen
- internationale Märkte analysieren und auswählen
- Markt-Eintrittsstrategien kennen und anwenden
- Methoden und Aufgaben des Produktmanagements für globale Märkte kennen und anwenden können
- Kundenanforderungen formulieren können
- Die Rolle von Innovationen verstehen und einordnen können
- Besondere Rolle der Preissetzung und der Preisdurchsetzung für den Geschäftserfolg kennen
- Die Erfolgsfaktoren für die Umsetzung neuer Geschäftsideen in Startups kennen
- Die Besonderheiten des Produkt- und Marketingmanagements für Dienstleistungen kennen und anwenden können

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):

- kooperativ ein Teamprojekt zu planen und fristgemäß auszuführen und falls nötig das Team auch zu führen. (Teamfähigkeit/Teamführungsfähigkeit)
- Ergebnisse effektiv zu kommunizieren und komplexe Informationen prägnant und umfassend sowohl schriftlich als auch mündlich kompetent auszudrücken. (Kommunikationskompetenz)
- die eigene Kultur zu reflektieren und abzuwägen, wie, warum und mit welchen Optionen Kommunikation an unterschiedliche Kulturkreise angepasst werden kann um mit Menschen unterschiedlicher Kulturen im Business-Kontext effektiv, regelkonform, respektvoll und angepasst umzugehen. (Interkulturelle Kompetenz)

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

- Globalisierungstreiber
- Analyse und Auswahl internationaler Märkte
- Markt-Eintrittsstrategien
- Aufbau- und Ablauforganisationen internationaler Sales- und Marketingorganisationen
- Aufgaben des Marketing- und Produktmanagements
- Kundenanforderungen identifizieren und im Lastenheft dokumentieren
- Pricing Strategien
- Entwicklung von Geschäftsideen nach dem Lean Startup Prinzip, MVP
- Besonderheiten des Produkt- und Marketingmanagements für Dienstleistungen

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Backhaus/Voeth: Internationales Marketing (Schäffer-Poeschel), neueste Auflage.
- Müller, Stefan / Gelbrich, Katja (2014): Interkulturelle Kommunikation, Verlag Franz Vahlen, München.
- Schugk, Michael (2004): Interkulturelle Kommunikation – Kulturbedingte Unterschiede in Verkauf und Werbung, Verlag Franz Vahlen, München. 83
- Schugk, Michael (2014): Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft: Grundlagen und Interkulturelle Kompetenz für Marketing und Vertrieb, Verlag Franz Vahlen, München.
- Welge, Martin K. / Holtbrügge, Dirk (2015): Internationales Management: Theorien, Funktionen, Fallstudien, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Skript, Übungsaufgaben sowie weitere Informationen werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung in Form einer Powerpoint Präsentation (Teamleistung) 50% Präsentation mit zusätzlichen Fragen zum Thema des Unterrichts (individuelle Leistung)	Analysekompetenz, Anwendungskompetenz, Fachkompetenz, interkulturelle Kompetenz, Kommunikationskompetenz, s.o.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Kognitive Technologien und Anwendungen

Cognitive Technologies and Applications

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Simon Preis	Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlegende IT-Kenntnisse

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Integration in weitere Module im Studienangebot der Fakultät Betriebswirtschaft Hochschulweite Verwendbarkeit: - Anrechenbar in den Studiengängen: Angewandte Wirtschafts-psychologie (AWP), Betriebswirtschaft (BW), Digital Business (DIB) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht im Blended Learning Format. Nutzung von Online-Plattformen und digitalen Entwicklungswerkzeugen.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Ziel des Moduls ist es, kognitive Informationstechnologien kennenzulernen und eigenständig einsetzen zu können zur Entwicklung intelligenter Anwendungen, insbesondere zur Lösung von Problemstellungen im Bereich der Wirtschaftspsychologie.

- Fachkompetenz: Fundiertes theoretisches Verständnis und praktische Anwendung ausgewählter Technologien zur Implementierung kognitiver Anwendungen.
- Methodenkompetenz: Anwendung praxiserprobter Methoden zur eigenständigen Verwendung kognitiver Technologien
- Persönliche Kompetenz: Teamarbeit, kritische Reflexion von Technologien, selbständige Entscheidungsfindung beim technischen Design, Ergebnispräsentation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Grundlagen zu Entscheidungsunterstützungssystemen
- Wissensmanagement (Wiki, Ontologien, ...)
- Künstliche Intelligenz (Regelbasierte Systeme, Machine Learning, ...)
- Technologien zur Spracherkennung und -Verarbeitung
- Chatbots
- Mensch-Maschine-Schnittstellen
- Übungen am Rechner mit ausgewählten Softwarewerkzeugen
- Entwicklung von Prototypen für praxisbezogene Problemstellungen

Internationalität (inhaltlich):		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
<p>Skript, ausgewählte Artikel, Experimentelles Prototyping, Internetquellen</p> <p>Basis-Lehrbuch:</p> <p>Portmann & D’Onofrio, (2020) Cognitive Computing - Theorie, Technik und Praxis</p> <p>Ergänzende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hurwitz et al. (2015), Cognitive Computing and Big Data Analytics • Hwang and Chen (2017), Big-Data Analytics for Cloud, IoT and Cognitive Computing • Neugebauer (2018), Digitalisierung • Pfister et al. (2017), Die Psychologie der Entscheidung • Preim und Dachzelt (2010), Interaktive Systeme 		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Lernportfolio	Studierende erarbeiten die vorgegebenen Bestandteile des Lernportfolios. Gewichtung 100%	Über das Lernportfolio werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft. Gewichtung 100%

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Leadership Psychology

Leadership Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Psychologie I und II

English for Psychology I und II

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Besonders im internationalen Umfeld Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen):

Die Bedeutung von Führung in Organisationen sowie praxisorientierte Ansätze zu erkennen.

Fachliche Kompetenz: Praxisorientiertes Verständnis einer neuen und international ausgerichteten Rolle von Führungskräften als Mitgestalter der Zukunft der Organisation

Methodische Kompetenz: Einschätzung und Anwendung von grundlegenden Führungsinstrumenten

Soziale Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich selbst und anderen, um zu einer ethisch vorbildlichen Führungskraft zu reifen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Verständnis von Führung
- Persönlichkeitsmerkmale erkennen
- Führungsstile verstehen
- Entwicklung von Führungsqualitäten
- Stärken einbeziehen
- Visionen schaffen
- ein konstruktives Klima schaffen

- Vielfalt und Integration fördern
- Konfliktbewältigung
- Ethik in der Führung
- Erforschung destruktiver Führung

Internationalität (inhaltlich):

Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Northouse, P.G. (2021). Introduction to leadership: Concepts and practice (5th ed.). Sage

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 60 min	Klausur: 60 Minuten (multiple-choice) Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Leadership Psychology 2

Leadership Psychology 2

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach der Vorlesung sind die Studierenden in der Lage (Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen): die Bedeutung ethischer Führung in Organisationen sowie praxisorientierte Ansätze zu erkennen.

Fachliche Kompetenz: Praxisorientiertes Verständnis einer neuen und international ausgerichteten Rolle von Führungskräften als Mitgestalter der Zukunft der Organisation

Methodische Kompetenz: Beurteilung und Anwendung von grundlegenden Führungsinstrumenten

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Auseinandersetzung mit sich selbst und anderen, um zu einer ethisch vorbildlichen Führungskraft zu reifen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Rolle und Aufgaben von Führung in international agierenden Organisationen
- Verantwortungen
- Führungstheorien
- Gestaltungsmöglichkeiten: Dyaden, Macht und Einfluss
- Entscheidungsverhalten
- Kontemporäre Führungsansätze: Teams, Frauen, Ethik

Internationalität (inhaltlich):

Durch Literatur und Fallstudienarbeit mit internationalem Charakter gegeben

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

- Cutler, A. (2014). Leadership Psychology. (1st ed.) Philadelphia, PA: Kogan Page
- Macharzina, K., & Wolf, J. (2017). Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen. (10th ed.) Berlin/Heidelberg: Springer Verlag
- Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and Practice. (9th ed.) Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
StA + Präs	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die theoretischen und praktischen Inhalte der Veranstaltung abgefragt: Hausarbeit (65%) Präsentation (35%)	Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marken - und Marketingkonzeptionen

Brand and Marketing Design

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule, Marketing

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht und praktische Projektarbeit im Team, Vortrag/Referat, Fallstudien	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Markenidentität und Markenführung Marketingstrategie Einbindung des Marketings in die unternehmerische Praxis
- **Methodenkompetenz:**
Fallstudien und Praxisfälle, Arbeiten mit Journals, Gestaltung
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Präsentation, Teamarbeit, Selbst- und Zeitmanagement

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Markenidentität und Markenführung
- Messgrößen des Marketings (Markenwert, div. KPIs, Formulierung von Marketing-Zielen)
- Zielgruppenbestimmung (Personas, Sinus Millieus, etc.)
- Produktmarketing (z.B. Neuproduktplanung, Marketing in unterschiedlichen Produktlebenszyklen)
- Anwendung des Marketing-Mix (z.B. Zusammenwirken der 4 Ps)
- Portfoliomanagement
- Markenarchitektur

- Marken- und Marketingkommunikation
- Grundlagen der Gestaltung als Basis für erfolgreiche Kommunikation
- Markenpsychologie
- Einfluss Neuromarketing

Internationalität:

internationale Forschungsergebnisse, Markenbeispiele

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Schmidt H. Markenführung, 2015
- Esch F. Markenführung, 2014
- Becker J. Marketingkonzeption, 2013
- Burmann C. et al. Identitätsbasierte Markenführung, 2015
- Hoffmann S., Akbar P. Konsumentenverhalten, 2016
- Gutjahr G. Markenpsychologie, 2015
- Meffert H. et al. Marketing, 2019
- Strebinger A. et al. Werbe- und Markenforschung, 2006
- Regier S. et al. Marken und Medien, 2016
- Bruhn M. et al. Handbuch Kommunikation, 2009
- Sarstedt M., Mooi E. A concise Guide to Market Research, 2014
- Riedmann-Streitz C. Gibt es noch Marken in der Zukunft?, 2014 103
- Kanitz C. Gestaltung komplexer Markenarchitekturen, 2013
- Haller P., Twardawa W. Die Zukunft der Marke, 2014
- Kotler P. et al. Marketingmanagement, 2015
- Homburg C. Marketingmanagement, 2014

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung)	Fähigkeit ein relevantes Kursthema zu recherchieren, strukturieren, praktisch anzuwenden und anschaulich darzustellen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marketingkommunikation

Marketing Communication

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Pflichtfach Kundenmanagement, Eignung auch für Produkt- und Dienstleistungsmanagement Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 30 h
		Leistungsnachweise:	ca. 60 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Den Studierenden werden vertiefende Kenntnisse zu ausgewählten Kommunikationsinstrumenten und deren operativen Einsatz vermittelt. Dabei bildet die Umsetzung der Produktpositionierung und die psychologische Steuerung des Kundenverhaltens einen besonderen Schwerpunkt.
- **Methodenkompetenz:**
Eigene Marktstudien, Fallstudien, selbstständige Erarbeitung von Themenbausteinen
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Teamarbeit, Vortrags- und Präsentationstechnik

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Überblick Marketing-Mix und besondere Bedeutung der Kommunikationspolitik
- Kommunikationsinstrumente - Eignung zur Umsetzung der Marketingziele
- (Image)Positionierung von Produkten
- Entwicklung der Markenidentität
- Marken- und kommunikationspolitische Herausforderungen

- Prinzipien und Psychologie des Kundenverhaltens und der Kaufentscheidung
 - Aktivierende Prozesse, Emotionen, Motive und Ziele der Kunden
 - Beeinflussung der Wahrnehmung, Einstellungen und Kundenbindung der Konsumenten
 - Gestaltung der Werbung in den relevanten Medien durch die Verwendung psychologischer Überzeugungsmuster und Codes
- Internationalität (inhaltlich):
Marketing verfolgt immer auch die international relevanten Markenstrategien

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Das in den Lehrveranstaltungen verwendete Material wird über moodle zur Verfügung gestellt

Literatur:

- Fuchs, W., Unger, F., Management der Marketingkommunikation, Springer Gabler, 2014
- Bruhn, M., Unternehmens- und Marketingkommunikation, Vahlen Verlag, 20214
- Homburg Ch., Grundlagen des Marketingmanagments, Springer Gabler, 2014

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung)	Analysekompetenz, Anwendungskompetenz, Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Kommunikationskompetenz, s.o

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Markt- und Werbepsychologie

Market and advertising psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Anna Grimm	Prof. Dr. Anna Grimm

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Vorlesungen, Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 15 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen

Kompetenzen:

- Fachkompetenz: Die Studierenden kennen die Grundlagen der Werbe- und Konsumentenpsychologie. Sie verstehen die Grundzüge der Verhaltenssteuerung und wichtige psychologische Konstrukte entlang des Kaufprozesses.
- Methodenkompetenz: Die Studierenden können Methoden der Marktforschung für ausgewählte Fragestellungen der Werbung und des Konsumentenverhaltens am Beispiel anwenden.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Die Studierenden können strategische Themen in der Gruppe differenziert diskutieren. Sie arbeiten im Team an strategischen Themen und können relevante Sachverhalte gemeinsam adäquat darstellen. Die Studierenden können Herausforderungen in der Werbe- und Konsumentenpsychologie einschätzen und differenziert betrachten.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Wahrnehmung: Reizaufnahme und -verarbeitung
- Lernen, Speichern und Abrufen von Information
- Grundbegriffe der Sozialpsychologie
- Mechanismen der Verhaltenssteuerung: Emotion, Motivation, Einstellungen
- Prinzipien der (sozialen) Urteilsbildung

- Psychologischer Prozess von Kaufentscheidungen
- Persuasion und Modelle der Werbewirkung
- Einflussfaktoren auf Werbewirkung: Soziale, situative und differentialpsychologische Einflussfaktoren
- Werbe- und Produktgestaltung
- Messung von Werbewirkung
- Psychologie von Marken und Branding

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Raab, Gerhard (2016): Marktpsychologie (verfügbar als e-book)
- Foscht, Thomas (2017): Käuferverhalten (verfügbar als e-book)
- Spieß, Erika (2013): Konsumentenpsychologie (verfügbar als e-book)
- Felser, Georg (2015): Werbe- und Konsumentenpsychologie
- Bak, Michael (2019): Werbe- und Konsumentenpsychologie
- Röhner, Jessica; Schütz, Astrid (2016) Psychologie der Kommunikation

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur über 60 min (Einzelleistung): 70% • Semesterbegleitende Projektarbeit (in Kleingruppen): 30% <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!</p>	<p>Aufgabe 1: Über den schriftlichen Test werden die Kenntnis und das Verständnis der fachlichen Inhalte der Veranstaltung geprüft.</p> <p>Aufgabe 2: Über die Projektarbeit werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Marktforschung einschl. Werkzeuge der Marktforschung (SPSS)

Market Research including Market Research Tools

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmöller	Dr. Christian Trippner; Dr. Markus Zinnbauer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, praktische Projektarbeit im Team, Durchführung einer empirischen Befragung mit allen Projektstufen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 50 h
		Selbststudium:	ca. 20 h
		Leistungsnachweise:	ca. 60 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 20 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Die Studierenden lernen die Methodik, typische Marktforschungsaufgaben korrekt zu definieren, zu projektieren, durchzuführen und zu analysieren.
- **Methodenkompetenz:**
Methodik der Marktforschung für ausgewählte Fragestellungen des Marketings, Anwendung des erworbenen Wissens anhand einer Marktbefragung, Erlernen eines relevanten Auswertungstools.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Teamarbeit, Vortrags- und Präsentationstechnik

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

Block 1: (Dr. Markus Zinnbauer)

Teil 1: Einführung und begriffliche Abgrenzungen

Teil 2: Theoretische Grundlagen

- 95B Entscheidungen und Information
- 96B Marktforschung als Entscheidungsprozess

Teil 3: Ausgewählte Aspekte der Datenerhebung

- Messtheoretische Grundlagen
- Auswahlverfahren
- Fehlerquellen und Stichprobengröße
- Gütekriterien

Teil 4: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung einer Produkteinführung

Teil 5: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung im Rahmen der Kundenzufriedenheitsforschung

Teil 6: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung der Image- und Einstellungsmessung

Teil 7: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung der Positionierungsforschung

Praxisprojekt: Eine empirische Erhebung wird mit SPSS in Gruppenarbeit durchgeführt

Block 2: (Dr. Christian Trippner)

SPSS-Tool, -Anwendungsmöglichkeiten und Data Mining

Internationalität:

i. d. R. Befragungen für Unternehmen mit internationaler Betätigung

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript und aktuelle Marktforschungsliteratur

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	- Abfrage SPSS-Kenntnisse (Gewichtung 30%) - Mitwirken an einer Marktforschungstudie (Gewichtung 70%)	Keine Anmerkungen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Online Marketing

Online Marketing

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Prof. Dr. Marco Nirschl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Betriebswirtschaftliche Basismodule

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbarkeit gegeben in den Studiengängen - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Fallstudien, Gastvorträge	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Die Studierenden verstehen den Einfluss des E-Business auf den klassischen Marketing-Mix und kennen die Möglichkeiten des Online Marketing. Sie kennen die Einflussfaktoren auf die einzelnen Marketingformen sowie deren Einsatzzweck und die entsprechenden Gestaltungsmöglichkeiten.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden können elektronische Marketing-Aktivitäten konzeptionieren. Sie verstehen die Systematik der Online Marketing-Instrumente (SEO, SEA, Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Social Media-Marketing)
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Online Marketing-Instrumenten und deren Einsatz in der Unternehmenspraxis und können Entscheidungen für den geeigneten Einsatz treffen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

Strategisches Online-Marketing

- Grundbegriffe des Marketing und des Online-Marketing

- Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie
- Formen des Online-Marketing
- Bedeutung und Besonderheiten des Online-Marketing
 - Suchmaschinen-Marketing
 - Display-Marketing
 - Affiliate-Marketing
 - Social Media-Marketing
 - Content-Marketing
 - Influencer-Marketing

Internationalität (inhaltlich):

Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte Literatur, u. a.:

- Alpar, Andre; Koczy, Markus; Metzen, Maik: SEO – Strategie, Taktik und Technik: Online-Marketing mittels effektiver Suchmaschinenoptimierung. Springer Gabler 2015.
- Beilharz, Felix: Online Marketing Manager: Handbuch für die Praxis. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. O'Reilly Verlag 2020.
- Erlhofer, Sebastian: Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch. 10., aktualisierte und erweiterte Auflage. Rheinwerk Computing 2020.
- Keßler, Esther; Rabsch, Stefan; Mandic Mirko: Erfolgreiche Websites: SEO, SEM, Online-Marketing, Kundenbindung, Usability. 3. Auflage. Rheinwerk Verlag 2015.
- Kreuzer, Ralf: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten. 3. Auflage. Springer Gabler 2018.
- Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung. 7. Auflage, Springer Gabler 2019.
- Löffler, Miriam: Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Rheinwerk Verlag 2014.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Projektmanagement für PR & Marketing

Projectmanagement for PR and Marketing

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	20

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Monika Hofmann

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen der VWL und BWL, vor allem Marketing, Begeisterung für Sprache und Kommunikation

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Geeignet für das Studienangebot Wirtschaftskommunikation im Rahmen des Studiengangs Betriebswirtschaft sowie Marketing und Employer Branding Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen Für dual Studierende: • Projekte von Dual-Partnerunternehmen werden durch deren dual Studierende bearbeitet. Ggf. können nicht dual Studierende an diesen Projekten teilnehmen sofern die Teilnehmendenzahl dies zulässt	Interaktiver Projektunterricht mit vielfältigen journalistischen Übungen der Teilnehmenden	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 30 h ca. 60 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Die Studierenden lernen, journalistische Methoden in der Praxis anzuwenden, um schnell und professionell Texte in den meist genutzten Darstellungsformen, wie Interviews und Reportagen, zu verfassen. Ferner üben sie, PR-Meldungen für Print- und Onlinemedien zu erstellen. Zudem trainieren sie, konzeptionell und kreativ zu arbeiten, indem sie Konzepte für Kunden- und Unternehmensmagazine und Themenpläne entwerfen.
- Methodenkompetenz:**
 Mit kontinuierlichen Übungen und sofortigem Feedback – im Team und allein –, lernen die Teilnehmenden, mit der Sprache umzugehen und sie souverän je nach Darstellungsformen und Anforderungen an die Texte einzusetzen.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Teamarbeit, sprachliche Kompetenz und Präsentationstechnik.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Konzepte erstellen für ein Kunden-, Unternehmens- oder regionales Mittelstandsmagazin;
- Zielgruppen definieren;
- Themenpläne mit Storyideen entwerfen, die Leser begeistern können;
- journalistische Darstellungsformen, wie Interviews, Reportagen oder Porträts, erkennen – und zielgruppenspezifisch einsetzen lernen;
- professionell Texte erstellen, die das jeweils zu erarbeitende Magazin bereichern sollen;
- Recherchetechniken lernen und anwenden;
- Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Expertinnen und Experten für die jeweils geplanten Interviews, Reportagen und Porträts auswählen, besuchen und befragen;
- PR-Themen erkennen;
- spannende Themen in ebensolche PR- und Pressemeldungen umsetzen;
- Presseanfragen bearbeiten;
- Medienlandschaft kennen und entsprechend den Unternehmenszielen nutzen;
- Themen setzen und forcieren in Online- und Printmedien.

Internationalität:

Themen wie Internationalisierung der Unternehmen werden beispielsweise über die Inhalte der Interviews, Reportagen und Pressemeldungen beleuchtet.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript
- verschiedene Wirtschaftsmagazine (etwa Wirtschaftswoche, IHK-Magazine)
- Fröhlich, Romy, Szyszka, Peter, Bentele, Günter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, Berlin 2015.
- Petra Sammer: Storytelling. Strategien und Best Practices für PR und Marketing. dpunkt. verlag, Heidelberg 2017.
- Gabriele Hooffacker, Klaus Meier: La Roches Einführung in den praktischen Journalismus. Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, Berlin 2017.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Projektarbeit mit Zwischen- und Abschlusspräsentation, Gewichtung: 66% (Ausarbeitung 33 %, Abschlusspräsentation 23 %, Interimpräsentation 10 %) • Vorstellen der Konzepte mit Diskussion, Gewichtung: 34 % <p>Bei mehreren Teilnoten kann eine mit 5,0 bewertete Teilleistung somit ausgeglichen werden. Alle Teilleistungen müssen im selben Semester absolviert werden.</p>	Über die Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzen geprüft einschließlich der Präsentation. Die bewerteten Diskussionsbeiträge dienen dem vertieften Verständnis der vermittelten Inhalte.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Qualitative Methoden

Qualitative methods

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Anna-Lisa Klages

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach erfolgreichem Belegen des Kurses haben die Studierenden sich folgende Kompetenzen angeeignet:

Fachliche Kompetenzen:

- Kenntnisse über Ethik in der qualitativen Forschung
- Entwickeln von Forschungsfragen und -subfragen

Methodische Kompetenzen:

- Erstellung von Interviewleitfäden
- Ausformulieren von Beobachtungsprotokollen
- Transkription anhand von MAXQDA
- Verdichten der Auswertung
- Theoretisierung von Forschungsergebnissen anhand des generierten Materials
- Ausformulierung und Auswertung eines Forschungsberichts

Persönliche und Soziale Kompetenzen:

- Gruppen- und Teamarbeit
- Konfliktfähigkeit
- Kommunikation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

Inhalt:

- Literaturrecherche
- Entwickeln von Forschungsfrage und -Subfragen
- Erstellung von Interviewleitfäden
- Differenzierung Expertise- vs. Tiefeninterviews
- Interview-/Beobachtungsanfrage stellen
- Methoden der Datengenerierung
- Ethik in der qual. Forschung
- Transkribieren von Interviews
- Ausformulieren von Beobachtungsprotokollen (dichte Beschreibung)
- Methoden der Datenauswertung
- Analysieren anhand von Probematerialien
- Formen des Schließens
- Verdichtung der Auswertung
- theoretische Sättigung
- Theoretisierung von Forschungsergebnissen anhand des generierten Materials

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Keine Besonderen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Ausformulierung/ Finalisierung der Auswertung und eines Forschungsberichtes Vergabe von Teilpunkten, wie zu Beginn des Kurses gemeinsam festgelegt, auf: <ul style="list-style-type: none"> • theoriebasierte Forschungsfrage • Leitfaden • Wahl mit Begründung der Analysemethode 	Über die Übungsleistung werden alle zu erlernenden Kompetenzen abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Sales Management

Sales Management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	3	Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christoph Hachmüller	Prof. Dr. Christoph Hachmüller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.A.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 15 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 15 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Die Bausteine des Erfolgs für das Verkaufen, die Verkaufsorganisation und die Mitarbeiterführung am Beispiel des Handels zu kennen.
- Geeignete Methoden der Marktforschung im persönlichen Verkauf zu kennen.
- Den Erfolg eines Verkaufsgesprächs mit Hilfe der Methode des Mystery Shoppings zu analysieren, zu bewerten und Empfehlungen auszusprechen.
- In Teams realistische Problemstellungen bearbeiten.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Grundlagen des Sales Managements
- Käuferverhalten
- Verkäuferverhalten
- Interaktion und Kommunikation zwischen Verkäufer und Käufer
- Organisation und Steuerung des Verkaufs im Handel

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Skript, Fallstudien, angegebene Literatur		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Gewichtung: 50% schriftliche Ausarbeitung (Teamleistung) 50% Präsentation (individuelle Leistung)	Keine Anmerkungen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

10.3 Ergänzende Vertiefungsmodule

Aktuelle Themen in der Arbeits- und Organisationspsychologie

Current Topics in Industrial and Organizational Psychology

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	MA, M.H.R. Simone Orłowski

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Psychologie I und II
Statistik I und II

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Hochschulweiter Verwendbarkeit: Ggf. Einzelprüfung in anderen Studiengängen	Gruppenarbeiten	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Lernziele:

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachkompetenz:

Die Studierenden werden in der Lage sein:

- die wichtigsten Konzepte, Theorien, Methoden und empirischen Erkenntnisse zu aktuellen A/O-Themen zu verstehen.
- die Methoden, Designs und statistischen Verfahren der Forschung zu aktuellen Themen der A/O-Psychologie zu beurteilen.
- Lücken in der aktuellen Forschung zu erkennen und Vorschläge für neue Forschungsrichtungen in der A/O-Psychologie zu machen.
- die Ansätze und Aufgaben der Psychologie im Themenfeld Arbeits- und Organisationspsychologie zu nennen und zu erklären.

Methodenkompetenz: Fähigkeit, die erworbenen Kenntnisse auf neue Sachverhalte anzuwenden, die sich darin wiederfindenden Grundmuster zu erkennen und Problemstellungen selbstständig zu lösen. Anwendung der erlernten Problemlösungstechniken auf unbekannte Sachverhalte.

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Ausbau der Team- und Kommunikationsfähigkeit.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Kursbeschreibung:

Dieser Kurs soll die Studierenden über die aktuellsten Themen der Arbeits- und Organisationspsychologie in Kenntnis setzen. Es handelt sich um einen A/O-Schwerpunktkurs, der den Studierenden die Möglichkeit bietet, auf dem neuesten Stand der Forschung zu sein, die sowohl aktuell ist als auch zukünftige Trends und Ereignisse antizipiert.

Themen:

- Work-Family Conflic
- Occupational Stress
- Technological Advances in Human Resources
- Diversity in the Workplace
- Effective Leadership
- Virtual Teams
- Globalization

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Diverse Literatur und peer-reviewed Fachjournals

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Präsentation (25%) + Forschungsentwurf (75%) Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!	Über die mündliche und schriftliche Übungsleistung werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Angewandte Mikroökonomie

Applied Microeconomics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Franz Seitz	Prof. Dr. Malte Krüger

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen- und betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 50 h
		Selbststudium:	ca. 80 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 20 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Fachkompetenzen:

- Die Studenten sind fähig, mit einfachen Nutzenfunktionen zu arbeiten. • Die Studenten verstehen die Grundlagen der Oligopoltheorie.
- Die Studenten verfügen über ein Basiswissen in der Spieltheorie und können dies auf einfache Probleme anwenden.
- Die Studenten besitzen ein grundsätzliches Wissen über die Funktionsweise zweiseitiger Märkte.
- Die Studenten kennen die Grundlagen der Institutionen-ökonomik und können diese auf ausgewählte Probleme anwenden.
- Die Studenten wissen, in welchen Punkten sich die Verhaltensökonomik von der herkömmlichen Mikroökonomie unterscheidet.

Methodenkompetenz:

- Die Studenten sind in der Lage, grundlegende Originalartikel zu verstehen. • Die Studenten können eigenständig ein Problem mit Hilfe von Standardmodellen analysieren.

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):

- Die Studenten besitzen die Fähigkeit, ihren Standpunkt in einer Sachdiskussion zu vertreten.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalte:

1. Industrieökonomik/Preispolitik
2. Institutionenökonomik
3. Theorie zweiseitiger Märkte
4. Standardisierung und Netzwerkeffekte
5. Spieltheorie
6. Verhaltensökonomie

Internationalität (inhaltlich):

Schriftliche Ausarbeitung (Referat) kann auch in Englisch abgegeben und präsentiert werden.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Shapiro/Varian: Online zum Erfolg. Strategie für das Internet-Business
- Varian: Grundzüge der Mikroökonomik
- Kahneman: Schnelles Denken, langsames Denken
- Rieck: Spieltheorie
- Williamson: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus
- Diller: Preispolitik Evans/Schmalensee: Paying with Plastic

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Präsentation	Projektarbeit oder Studienarbeit mit mündlicher Präsentation Gewichtung: 100%	s.o.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Außenwirtschaft und Globalisierung

International Economics and Globalization

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Franz Seitz	Prof. Dr. Franz Seitz; Prof. Dr. Marcus Dittrich

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Grundlagen der VWL erfolgreich abgeschlossen

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: In den Vertiefungsmodulen "International Business", "Finance & Economics", "FACT" Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaftslehre (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengänge	Seminaristischer Unterricht kombiniert mit Fallstudien, Übungen und Vorlesung, Gastvorträge	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 30 h
		Selbststudium:	ca. 90 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

- **Fachkompetenz:**
Erweiterung und Vertiefung des theoretischen mikro- und makroökonomischen Analyserahmens in Richtung außenwirtschaftlicher Fragestellungen.
- **Methodenkompetenz:**
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

Teil 1: Außenwirtschaftstheorie und –politik (WS)

- Gründe für Außenhandel
- Internationale Faktorbewegungen
- Internationale Handelspolitik und Protektionismus
- Internationale Organisationen im Bereich von Währung und Wirtschaft
- Zahlungsbilanz und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Bestimmungsfaktoren von Exporten und Importen

- Geld- und Fiskalpolitik bei fixen und flexiblen Wechselkursen
 - Risiken im Außenhandel und Absicherung
- Teil 2: Globalisierung
- Soziale, ökologische, ethische und politische Aspekte der Globalisierung
- Internationalität (inhaltlich):
Literatur auf Englisch, außenwirtschaftliche Zusammenhänge

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript mit Aufgaben
Krugman, P.R., Obstfeld, M., Melitz, M.J., International Economics - Theory and Policy, aktuelle Auflage, Pearson, (www.pearsonglobaleditions.com/Krugman)
(auch in Deutsch verfügbar: Internationale Wirtschaft: www.pearson-studium.de)

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur + Übungsleistung	60 min (Teil Außenwirtschaft) Teil Globalisierung (VHB) Beide Teile müssen für sich bestanden werden (mit mind. 4,0); Gewichtung je 50 %	Keine Anmerkungen

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Digital Workplace - Technik, Kultur, Raum

Digital Workplace - Technology, Culture, Space

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	40

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof.Dr. Stephanie Schmitt-Rüth	Anna Katzer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

!!!Attention: IB Students: !!! Attention: According to §6 (2) of the Study and Examination Regulations International Business, you are not eligible to sign up for more than the 12th Advanced Module or more than the 3rd Soft Skill module prior to having completed a minimum of 120 of 150 possible ECTS.

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht, Gastvortrag, Fallstudien, Projektarbeiten, Gruppenarbeit Seminars, guest lectures, case studies, project work, group work	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- die wichtigsten Bausteine des Digital Workplaces sowie Tools zu kennen, und diese erfolgreich anwenden zu können
- den Digital Workplace mit sachgemäßen Methoden zu gestalten
- selbstständig komplexe Sachverhalte der virtuellen Zusammenarbeit zu erarbeiten und schriftlich unter Anwendung der Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens darzulegen
- in Teams realistische Problemstellungen zu bearbeiten
- Fachkompetenz: Verständnis und Anwendung digitaler Tools, sowie virtueller Zusammenarbeit und Workshop-Gestaltung
- Methodenkompetenz: Wissenschaftliches Arbeiten, Quellenbasiertes Schreiben und virtuelle Workshop-Gestaltung
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Teamarbeit, Vortrags- und Präsentationstechnik, Workshop-Methoden

After successfully completing the module, students will have the following professional, methodological and personal competencies:

- Know the most important building blocks of the Digital Workplace as well as tools, and be able to apply them successfully.
- Design the digital workplace using appropriate methods
- Independently develop complex issues of virtual collaboration and present them in writing using the methods of scientific work to work on realistic problems in teams
- Professional competence: Understanding and application of digital tools, as well as virtual collaboration and workshop design

- Methodological competence: scientific work, source-based writing and virtual workshop design
- Personal competence (social competence and self-competence): Teamwork, lecture and presentation skills, workshop methods.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Einordnung der Notwendigkeit des Digitalen Arbeitsplatzes in das Zeitgeschehen
- Elemente des Digitalen Arbeitsplatzes (Technik, Kultur, Raum (Hybrid/Virtuell/Präsenz))
- Kennenlernen und Anwenden moderner Digital-Workpalce-Tools (Intranet-Anbieter, Zoom, MS Teams, Miro etc.)
- Gestaltungsmöglichkeiten des technischen Settings am digitalen Arbeitsplatz
- Gestaltungsmöglichkeiten der Digital-Workplace-Kultur
- Durchführung virtueller Meetings und Workshop-Gestaltung
- Placing the need for the Digital Workplace in the context of current events.
- Elements of the Digital Workplace (technology, culture, space (hybrid/virtual/presence))
- Getting to know and using modern digital workplace tools (intranet providers, Zoom, MS Teams, Miro, etc.)
- Design possibilities of the technical setting in the digital workplace
- Design possibilities of the digital workplace culture
- Conducting virtual meetings and designing workshops

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Documents and slides will be made available on moodle.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	<p>Übungsleistung mit folgenden Komponenten: Wissenschaftliche schriftliche Ausarbeitung zu einem aktuellen Thema und dessen kritische Diskussion des Digital Workplaces mit Fokus auf Kollaboration</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gewichtung: 30% Präsentation der wissenschaftlichen Ausarbeitung • Gewichtung: 20% Kritische Diskussion und Gesprächsführung • Gewichtung: 50% Ausarbeitung in Form eines Booklets/Playbooks <p>Exercise Project with the following components: Scientific written elaboration on a current topic and its critical discussion of the Digital Workplace with focus on collaboration.</p> <p>Weighting: 30% Presentation of the scientific paper Weighting: 20% Critical discussion and discussion management Weighting: 50% Elaboration in the form of a booklet/playbook</p>	<p>Über die wissenschaftliche Ausarbeitung und die Präsentationen inkl. kritischer Diskussion werden alle zu erlernenden Kompetenzen abgeprüft</p> <p>All the competences to be learned are tested via the scientific paper and the presentations including its critical discussion.</p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

E-Commerce Recht und IT-Sicherheit

E-Commerce Law and IT-Security

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Marco Nirschl	Ahmed Alqatta; Dr. Martin Wintermeier

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht, computer-gestützte Praxisbeispiele und Übungen, Fallstudien, Selbststudium, Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Teil 1: E-Commerce Recht

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden eignen sich im Rahmen der Vorlesung ein Grundlagenwissen zu internetrelevanten Rechtsgebieten und Rechtsnormen an. Dadurch werden die Studierenden insbesondere in die Lage gesetzt, rechtliche Problemfelder (z.B. Haftung von Webseitenbetreibern) selbstständig zu erkennen und einzuordnen.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden erlernen Grundlagen der juristischen Methodenlehre. Hierdurch wird es für die Studierenden möglich, abstrakte Rechtsnormen selbstständig auf konkrete Fallbeispiele anzuwenden.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Die Arbeit mit juristischen Sachverhalten im Rahmen der Vorlesung wird sowohl die Fähigkeit des logischen Denkens fördern, als auch den sprachlichen Ausdruck und die lösungsorientierte Arbeit im Team schulen.

Teil 2: IT-Sicherheit

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden eignen sich im Rahmen der Vorlesung ein Grundlagenwissen zu IT-Sicherheit, insbesondere im Internet an. Die Studierenden kennen die Bedrohungen einzelner Rechner, Computernetzwerke und Webanwendungen und verstehen ausgewählte Konzepte zum Schutz selbiger.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden kennen ausgewählte Basistechnologien, die in der Informationssicherheit eingesetzt werden, und wie diese in der Praxis verwendet werden.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Der Besuch der Veranstaltung erlaubt den Studierenden, die Notwendigkeit des Schutzes von IT-Systemen nachvollziehen zu können und erhöht damit das Bewusstsein (engl. „Awareness“) für IT-Sicherheit. Dies führt zu einem verbesserten eigenverantwortlichen Nutzen sicherheitsrelevanter Technologien.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

Teil 1: E-Commerce-Recht

- Grundlagen des Gewerblichen Rechtsschutzes und Urheberrechts
- Vorschriften des für gewerbliche Internetangebote relevanten Verbraucherschutzrechts samt europarechtlicher Bezüge
- Grundzüge der für gewerbliche Webangebote relevanten Vorschriften des Datenschutzrechts 58

Teil 2: IT-Sicherheit

- Einführung und Grundbegriffe
- Grundlagen Computernetzwerke
- Bedrohungen und Schutzziele
- Basistechnologien
- System- und Anwendungssicherheit
- Standards, Normen und Zertifizierungen
- Ausblick: Cloud, Internet of Things, Industrie 4.0

Internationalität (inhaltlich):

Ausblick auf EU-Recht und z. T. ausländische Rechtsordnungen. Die Themen werden auch am Beispiel international agierender Unternehmen erarbeitet. Verwendung von englischsprachiger Literatur.

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Teil 1: E-Commerce Recht:

Einschlägige Lehrbücher, Fallsammlungen, Kommentare und Fachzeitschriften

Teil 2: IT-Sicherheit:

Skript, sonstige Unterlagen, Verweise auf Webinhalte Literatur, u. a.: • Eckert: IT-Sicherheit – Konzepte, Verfahren, Protokolle (2014) • Erickson: Hacking – The Art of Exploitation (2010) • Kurose/Ross: Computernetzwerke. Der Top

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Klausur E-Commerce Recht: <ul style="list-style-type: none"> • Art/Umfang: 45 min Gewichtung: 50% Klausur IT-Sicherheit: <ul style="list-style-type: none"> • Art/Umfang: 45 min Gewichtung: 50% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0) und kann jeweils nur 1 Jahr vorgetragen werden. Einfache Kenntnisse auf unteren Wissensstufen können mittels MC-Test geprüft werden.	Über die Klausuren werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile (Teil E-Commerce-Recht und Teil IT-Sicherheit) abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Europäische Union und andere Wirtschaftszusammenschlüsse

European Union and Other Economic Unions

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Ralf Krämer	Dr. Manuel Strunz

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, aktuelle Fälle und Entwicklungen	Gesamtaufwand:	ca. 151 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 104 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Vermittlung von Grundkenntnissen, die den Lerner in die Lage versetzen, den fachübergreifenden juristischen wie wirtschaftlichen Einfluss der Europäischen Union und anderer internationaler Wirtschaftszusammenschlüsse zu erkennen und bei seinen künftigen Aufgaben zu beachten

- **Fachkompetenz:**
Grundlagen des Europarechts, des Europäischen Zentralbankrechtes sowie der Freihandelszonen und anderer internationaler Wirtschaftszusammenschlüsse
- **Methodenkompetenz:**
Fähigkeit, die erworbenen Kenntnisse auf neue Sachverhalte anzuwenden, die sich darin wiederfindenden Grundmuster zu erkennen und Problemstellungen selbstständig zu lösen. Anwendung der erlernten Problemlösungstechniken auf unbekannte Sachverhalte
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Ausbau der Team- und Kommunikationsfähigkeit

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt

- Grundlagen des Europarechts

- Europäisches Zentralbankrecht
 - Freihandelszonen und andere Wirtschaftszusammenschlüsse
- Internationalität (inhaltlich):
Europäische Union, Europarecht, int. Wirtschaftszusammenschlüsse

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Lehrbücher, Kommentare, Zeitschriften und Monographien sowie Fallsammlungen

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Personalcontrolling

Personalcontrolling

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Pavle Veraja

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungsaufgaben, Kleingruppenarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 50 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 40 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Verständnis für die Bedeutung/Grenzen des Personalcontrollings sowie praxisorientierte Ansätze/Tools.

- **Fachkompetenz:**
Entwerfen der modernen Tools unter Berücksichtigung der unternehmerischen Anforderungen.
- **Methodenkompetenz:**
Analysefähigkeit/Problemlösungskompetenz im Umgang mit Instrumenten des Personalcontrollings.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):** Kommunikationsfähigkeit, Präsentationstechniken, Selbstorganisation, Sorgfalt/Genauigkeit.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Möglichkeiten, Aufgaben und Interessensgruppen des Personalcontrollings
- Rechtliche und ethische Grenzen von Prozessen und Instrumenten
- Anwendungsorientierter Einsatz von Tools:
 - Fehlzeitenmanagement
 - Stellenbewertung
 - Führungscontrolling (Stimmungsbild)

- Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen
- Kritisches Hinterfragen und Ableiten von Handlungsempfehlungen
- Kommunikation mit den Interessensgruppen
- Erarbeitung an konkreten Fragestellungen und Fällen

Internationalität:

Die Instrumente des Personalcontrollings sind international einsetzbar.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Kursunterlagen, wissenschaftliche Artikel und Zusatzmaterial

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die theoretischen und praktischen Inhalte der Veranstaltung abgefragt.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Projektmanagement für die digitale Transformation

Project Management for the digital Transformation

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Matthias Lederer	Prof. Dr. Matthias Lederer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Die Veranstaltung basiert auf der aktiven Einbindung der Teilnehmer(innen) in die Veranstaltung. Die Betreuenden der Veranstaltung stehen während der Zeit zwischen den Veranstaltungsböcken persönlich oder via E-Mail für Fragen zur Verfügung.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 30 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 30 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz: typische Methoden und Instrumente des Projektmanagements zu beschreiben,
- Methodenkompetenz: Projektmanagementaufgaben eigenverantwortlich zu bearbeiten und zu lösen, und
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): die Dynamik eines realen Projekts zu verstehen

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Das Modul enthält fünf Teilmodule, die sich mit verschiedenen Teilaspekten des Projektmanagements beschäftigen, von der Projektdefinition bis zum Projektabschluss.

Internationalität (inhaltlich):

Es werden Artikel und Fallstudien mit internationalen Kontext diskutiert

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Für die Veranstaltung werden aktuelle Fallstudien und Übungen eingesetzt. Sie werden über die Lernplattform zur Verfügung gestellt.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Übungsleistung 1: 50%: Test (Theorie, individuell) Übungsleistung 2: 50%: Praxisprojekt/Übungsaufgaben (Praxis, kollektiv oder individuell) Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Diese können nur im aktuellen Semester vorgebracht werden.	Übungsleistung 1: 50%: Test (Theorie, individuell) Dieses Fach stellt Basiskenntnisse des Projektmanagements für viele verschiedene Studiengängen vor. Der Vielzahl und Diversität an Teilnehmern wird mit Beispielen, Fällen und Technik-Anwendungen Rechnung getragen. Fundamentale Aspekte des Projektmanagements sollen als fachliche Grundlagen geprüft werden, während Ausnahme- und Sonderfälle der Disziplin in den weiterführenden Modulen höherer Semester thematisiert werden. Es wird das Multiple-Choice-Verfahren mit vorgegebenen Antworten ohne Maluspunkte zur Prüfung des Faktenwissen angewendet ohne überzogenen Wert auf linguistische Fähigkeiten zu setzen. Übungsleistung 2: 50%: Praxisprojekt/Übungsaufgaben (Praxis, kollektiv oder individuell)

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Team- & Projektmanagement

Team & Project Management			
Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	50

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Markus Grosser

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)
Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:
Keine

Empfohlene Voraussetzungen:
Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Für dual Studierende: • Projekte von Dual-Partnerunternehmen werden durch deren dual Studierende bearbeitet. Ggf. können nicht dual Studierende an diesen Projekten teilnehmen sofern die Teilnehmerzahl dies zulässt.	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Simulationen, Projekte	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:
Learning Outcomes

Fachkompetenz: Typische und aktuelle Methoden, Modelle und Instrumente im Bereich Führung und Motivation, insbesondere von Teams in Projekten, kennen lernen und zu beschreiben; Optimierung des Führungsverhaltens durch praxisbezogene Fallbeispiele und Reflexion in Gruppengesprächen

Methodenkompetenz: Projektmanagementaufgaben in Teams gemeinsam zu bearbeiten und zu lösen

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): die Dynamik eines realen Projekts zu verstehen; Teamleitung und die damit verbundene Dynamik zu praktizieren und Konfliktfähigkeit zu üben

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:
Course Content

Anforderungen an Projektleiter und deren soziale Kompetenz

Erkenntnistheorie und Grundhaltung

Wahrnehmung und Interpretation Strukturierte Kommunikation in Projekten

TZI-Modell

Teambildung und Teamentwicklung in Projekten

Führungsstile und Führungskonzepte in Projekten

Umgang mit schwierigen Teammitgliedern und Stakeholdern in Projekten

Motivation und Werte in Projekten

Feedback geben und erhalten in Projekten Klassisches sowie agiles Projektmanagement		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Unterlagen/Skript werden in Moodle zur Verfügung gestellt.		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Keine	Prüfungsform: Projektarbeit 100 %

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Unternehmensgründung

Entrepreneurship

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	4	ergänzende Vertiefungsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	André Pscherer

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Abgeschlossenes 5. Fachsemester. Das Modul kann nur bei Einhaltung der Pflichttermine bestanden werden.

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	ca. 151 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 104 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen, die zur Gründung und in der Anfangsphase eines Unternehmens von besonderer Bedeutung sind
- **Methodenkompetenz:**
Erarbeitung eines Geschäftskonzeptes (Businessplan)
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens einschließlich Einschätzung von Chancen/Risiken einer selbständigen Tätigkeit

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Möglichkeiten und Voraussetzungen für eine Unternehmensgründung
- Erstellung eines Business Plans (Geschäftskonzeptes)

Internationalität (inhaltlich):

Unternehmensgründungen bzw. Verwertung von Geschäftsideen im internationalen Umfeld einer globalisierten Business-Landschaft

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Hinweise / Hilfen während der Veranstaltung		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Schriftliche Ausarbeitung Gewichtung: 60% Präsentation Gewichtung:40% Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Projektarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

n Hinweis auf ein Bonussystem führen.

10.4 Schlüsselqualifikationsmodule

Agiles Projektmanagement

Agile project management

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Stephanie Reiner

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten	Gesamtaufwand:	ca. 151 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 104 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz:**
 Studierende kennen die Rollen, Abläufe und das Manifest des agilen Projektmanagements. Der SCRUM Guide ist verstanden und kann angewandt werden. Studierende sind sich der Bedeutung und Notwendigkeit des agilen Ansatzes zur Schaffung eines idealen Kundennutzens und unter Beachtung der aktuellen Trends, u.a. dem gesellschaftlichen Wertewandel, die Globalisierung und Digitalisierung, bewusst. OTH WEIDEN
- Methodenkompetenz:**
 Studierende lernen grundlegende Methoden im agilen Projektmanagement einschätzen und kennen den Unterschied zu klassischen Ansätzen im Projektmanagement.
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
 Studierende lernen in kleinen Gruppen den Umgang in agilen Projektabläufen, reflektieren sich selbst und diskutieren konstruktiv und lösungsorientiert die Teamprozesse. Die Anwendung wird an praktischen Beispielen trainiert, es wird in Projektgruppen gearbeitet und Präsentationstechniken angewandt.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalte

- Einführung in das agile Projektmanagement, insbesondere SCRUM, und der Abgrenzung zu klassischen Projektmanagement Ansätzen

- Hinführung zu den agilen Projektrollen und dem agilen Projektablauf mittels Sprints und Stakeholdermanagements
- Erkennen der Notwendigkeit der Visionsarbeit, Anforderungsanalyse und Reviews für die Schaffung eines idealen Kundennutzen
- Kennenlernen und Erleben von agilen Methoden (u.a. Persona, KANBAN, KANO-Model, Visionsarbeit, Design Thinking, Lean Management)
- Verstehen des agilen Manifests und der Zusammenhang zu Servant Leadership
- Erleben von Teamentwicklungs- und persönlichen Reflexionsprozessen als auch das Erkennen der Notwendigkeit der Retrospektive
- Hinweise zu agilen Projekttools

Internationalität (inhaltlich):

Die Vorlesung orientiert sich am englischsprachigen „The Scrum Guide™“.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, Simulationsspiele, Gruppenarbeiten

- The Scrum Guide™: <https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-US.pdf>
- Praxisbuch Agilität - inkl. Augmented-Reality-App: Tools für Personal- und Organisationsentwicklung (Haufe Fachbuch), by André Häusling, Esther Römer, Nina Zeppenfeld (2017)
- Coaching Agile Teams: A Companion for ScrumMasters, Agile Coaches, and Project Managers in Transition, Lyssa Adkins (2010)

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur + Übungsleistung	<p>Übungsleistung Teil I: zu einem ausgewählten Thema des agilen Projektmanagements Gewichtung: 40%</p> <p>Übungsleistung Teil II: Learning Journal (Persönliche Reflexionsarbeit zum agilen Mindset und dem persönlichen Entwicklungsprozess) Gewichtung: 20%</p> <p>Schriftliche Teilleistung (60 min) Gewichtung: 40%</p> <p>Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0) Jede Teilleistung muss bestanden werden und kann jeweils nur 1 Jahr vorgetragen werden. Gewichtung: 100%</p> <p>Exercise performance part I: on a selected topic of agile project management Weighting: 40%</p> <p>Exercise performance part II: Learning Journal (personal reflection on the agile mindset and the personal development process) Weighting: 20%</p> <p>Written partial performance (60 min) Weighting: 40%</p> <p>Each sub-performance must be passed individually (with a minimum grade of 4.0). Each sub-performance must be passed and can only be presented for 1 year.</p> <p>Weighting: 100%</p>	Über die Übungsleistung und Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*¹⁾ Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*²⁾ Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Ausbildung der Ausbilder

Ausbildung der Ausbilder

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Georg Grafberger

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Einführung in die Grundlagen der betrieblichen Ausbildungsprozesse und der Berufsausbildung als Maßnahme der Personalentwicklung, bis hin zum Verständnis der Bedeutung der Ausbilderfunktion und Ausbilderqualifikation (Rollenverständnis)

- **Fachkompetenz:**
Vermittlung von berufs- und arbeitspädagogischen Kenntnissen und Fertigkeiten in Bezug auf die betriebliche Ausbildungsplanung und -durchführung, im Sinne der aktuellen Ausbilder-Eignungsverordnung (AEVO)
- **Methodenkompetenz:**
Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten im Umgang mit den Methoden der Ausbildungsplanung und -durchführung:
 - Das duale System in der Berufsausbildung
 - Durchführung der Ausbildung
 - Klassifikation und Abstraktion von Lernzielen
 - Motivationstheorien, der Jugendliche in der Berufsausbildung
 - Präsentationsmethoden in der betrieblichen Ausbildung
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Entwicklung von soft skills durch Teamarbeit, Selbstorganisation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

Die berufs- und arbeitspädagogische Eignung umfasst die entsprechende Handlungskompetenz in den Handlungsfeldern:

- Ausbildungsvoraussetzungen prüfen und Ausbildung planen
- Ausbildung vorbereiten und bei der Einstellung von Auszubildenden mitwirken
- Ausbildung durchführen und
- Ausbildung abschließen

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Literatur: Ausbildung & Beruf, Rechte und Pflichten während der Berufsausbildung, aktuelle Auflage, hrsg. Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) - für die Hörer kostenlos

Ergänzende Literatur: Berufsbildung, 21. völlig neu überarbeitete Auflage, hrsg. Handwerkskammer Niederbayern/Oberpfalz, Passau

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	60 min schriftliche Prüfung Gewichtung: 50 % Selbständige Erstellung eines schriftlichen Konzepts zur praktischen Umsetzung einer ausbilderzentrierten Lernmethode (4-Stufen-Methode) unter Berücksichtigung der didaktischen Inhalte des Kurses. Gewichtung: 50 % Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0)	Prüfungsform lehnt sich an den Anforderungen des IHK AdA-Zertifikates an.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

English for Psychology I

English for Psychology I

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch	1 semester	winter and summer term	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	Ilona Stangl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

None

Empfohlene Voraussetzungen:

None

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Grundlage für English for Psychology II	Seminaristischer Unterricht, Kleingruppenarbeit	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- Fachkompetenz: Grundlagen psychologischer Termini sowie Grundlagen des Wirtschaftsenglisch im Hörverstehen, Sprechen, Leseverstehen und Schreiben
- Methodenkompetenz: Effizienter Aufbau eines Grundlagenwortschatzes Psychologie und Wirtschaftsenglisch
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Förderung der Teamfähigkeit, Interaktion in der Fremdsprache

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- What is Psychology
- Branches of Psychology
- Psychology and Computers
- Vygotsky and Piaget
- Dreams and Personality
- Business Organization
- Human Resources
- Marketing
- Sales

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
No special ones		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur + Übungsleistung	Task 1: Klausur (60 Minuten): 40 % Task 2: Übungsleistung: Präsentation einer wissenschaftlichen Studie: 25% Task 3: Übungsleistung: Listening: 15% Task 4: Mitarbeit und Diskussion: 20%	Über die Klausur werden die theoretischen Lerninhalte und Fachkompetenzen abgeprüft. Über die ÜL werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

English for Psychology II

English for Psychology II

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Englisch	1 semester	winter and summer term	30

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	Ilona Stangl

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

None

Empfohlene Voraussetzungen:

English for Psychology I

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Grundlage für English for Psychology II	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, Kleingruppenarbeit, Kurzpräsentation	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 60 h
		Leistungsnachweise:	ca. 30 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Aufgabe 1: Über den schriftlichen Test werden die Kenntnis und das Verständnis der fachlichen Inhalte der Veranstaltung geprüft.
Aufgabe 2: Über die Projektarbeit werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit und Präsentation.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Memory
- Personality
- Modern addictions
- With the future in mind
- Vygotsky and Piaget
- Organizations
- HR
- Marketing

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

No special ones

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)		
Method of Assessment		
Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur + Übungsleistung	Task 1: Klausur (60 Minuten): 40 % Task 2: Übungsleistung: Präsentation einer wissenschaftlichen Studie: 25% Task 3: Übungsleistung: Listening: 15% Task 4: Mitarbeit und Diskussion: 20%	Über die Klausur werden die theoretischen Lerninhalte und Fachkompetenzen abgeprüft Über die ÜL werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Excel for Poweruser

Excel for Poweruser

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Andreas Stumm

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen.	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 47 h
		Selbststudium:	ca. 103 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Das Potenzial von Excel kennen lernen und nutzen, Interaktion von Excel mit anderen Softwareprodukten (integrierte Office Lösungen insbesondere Access), Automatisierung von Aufgaben mit Excel, Einführung in die Programmierung mit Visual Basic for Application (VBA)
- **Methodenkompetenz:**
Methoden und Werkzeuge zur Konzeption und Umsetzung von Datenmanagement-Lösungen
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Im Rahmen der Veranstaltung werden insbesondere persönliche Kompetenzen gefördert (Teamarbeit)

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

Excel

- Wiederholung Excel Grundlagen
- Mit großen Tabellen arbeiten
- Grundlagen Excel Add-Ins
- Mit Datenbanken arbeiten

- MS Query nutzen
 - Datenanalyse / Grafiken
 - Spezielle Funktionen (SVERWEIS, SUMMEWENN ...)
 - Pivot Tabellen
- VBA
- Einführung in den Visual Basic Editor
 - Makros aufzeichnen, ausführen, bearbeiten und speichern
 - Prozeduren und Funktionen verstehen
 - Dialoge, Menüleisten, Befehlsleisten programmieren
 - eigene Add-Ins programmieren

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, Excel-Online Hilfe, ergänzende Literatur

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100%	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Künstliche Intelligenz in Kreativen Prozessen und Projekten

Artificial Intelligence in Creative Processes and Projects

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Sommersemester	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Simon Preis	Prof. Dr. Simon Preis

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

- Interesse an kreativen Prozessen
- Interesse an Künstlicher Intelligenz
- Grundverständnis digitaler Medienproduktion

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Hochschulweite Verwendbarkeit Anrechenbar in den Studiengängen: - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Betriebswirtschaft (B) - Digital Business (B) - Logistik und Digitalisierung (B) - International Business (B) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht mit Computer-gestützten Übungen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 90 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

In diesem Kurs beschäftigen sich Studierende fachübergreifend mit zeitgemäßen Technologien der Künstliche Intelligenz (KI). Dabei erforschen die Teilnehmer*innen insbesondere die Einsatzmöglichkeiten der KI zur Unterstützung kreativer Prozesse und Projekte. Der Kurs kann dabei ein Rahmenthema vorgeben.

Studierende wenden KI-Werkzeuge in individuellen Projekten bei den verschiedenen Phasen des kreativen Prozesses an. Projektziel ist die Vorlage und ggf. Veröffentlichung eines neu entwickelten Artefakts (z.B. Video, Webseite, App, Podcast). Begleitend zur Projektdurchführung werden die Potentiale und Grenzen der KI empirisch untersucht. Studierende dokumentieren ihre Ergebnisse in Form einer wissenschaftlichen Seminararbeit und präsentieren Ihre Ergebnisse am Semesterende.

- Fachkompetenz: Ausgewählte KI-Technologien können theoretisch erläutert und praktisch eingesetzt werden zur Unterstützung kreativer Prozesse und Projekte.
- Methodenkompetenz: Anwendung empirischer Forschungsmethoden zur systematischen Untersuchung der Potentiale und Grenzen Künstlicher Intelligenz in kreativen Prozessen und Projekten.
- Persönliche Kompetenz: Teamarbeit, kritische Reflexion von Technologien und Ergebnissen, selbständige Entscheidungsfindung beim technischen und künstlerischen Design, Ergebnispräsentation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:**Course Content**

- Grundlagen zu ausgewählten KI-Technologien und Übungen mit zeitgemäßen Werkzeugen.
- Hintergründe zum Rahmenthema, z.B. Geschäftsmodelle, digitale Wertschöpfungsprozesse, fachliche Anforderungen
- Spezifikation und Planung des Projekts
- Kreativitätsmethoden zur Ideengenerierung
- Software-Werkzeuge, Prozesse und Verfahren zur Medienproduktion und -Veröffentlichung
- Eigenständige Projektbearbeitung und empirische Untersuchung
- Ergebnispräsentation

Lehrmaterial und Literatur:**Course Material and literature**

Skript, ausgewählte Fach-Literatur, Online-Dokumentationen, digitale Werkzeuge u.a.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)**Method of Assessment**

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Projektarbeit	Semesterbegleitende Projektarbeit mit Dokumentation der Ergebnisse in Form einer wissenschaftlichen Seminararbeit (Gewichtung 70%) und Präsentation (Gewichtung 30%)	Sämtliche Kompetenzen werden über die Projektarbeit geprüft. <\p>

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Lernen und Studieren (1+2)

Learn and Study (1+2)

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
VHB	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	200

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Stephanie Abels-Schlösser	Prof. Dr. Stephanie Abels-Schlösser; Prof. Dr. Svenja Bedenlier

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Zur Teilnahme ist eine Anmeldung und Registrierung bei der vhb für die Fächer "Lernen und Studieren 1" sowie "Lernen und Studieren 2" erforderlich! Außerdem müssen Sie sich für den Moodle-Kurs "VHB - Lernen und Studieren" anmelden, da hierüber die Kommunikation zur Anrechnung des Kurses etc. abgewickelt wird.

Sollten Prüfungsleistungen in Präsenz erbracht werden müssen, können diese normalerweise zeitgleich zu denen an der betreuenden Hochschule/Universität am Standort Weiden erbracht werden. Melden Sie sich hierzu vorab bei Frau Prof. Dr. Abels-Schlösser an.

Nach bestandener Prüfung geben Sie die Notenbestätigung der VHB bei Prof. Dr. Abels-Schlösser ab. Die Note wird dann an das Prüfungsamt übertragen.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Online-Vorlesung der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb) Lehr-/Lernform: Virtuelle Vorlesung Interaktionsformen mit dem System/Betreuer: Chat, E-Mail, Übungsaufgaben für Selbstlernbetrieb Interaktionsformen mit Mitlernenden: E-Mail, Forum	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 0 h ca. 140 h ca. 5 h ca. 5 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

In dem virtuellen Seminar werden folgende Themenbereiche behandelt: Lernen und Motivation: Neben der Vermittlung grundlegender Motivationstheorien hat die Auseinandersetzung mit diesem Thema zum Ziel, die Lernmotivation der Studierenden zu reflektieren und die Faktoren, die auf sie einwirken, besser verstehen zu lernen. Selbstmanagement: Neben der Klärung der Begriffe "Selbstorganisation" und "Selbstmanagement" lernen die Studierenden in dieser Lerneinheit Methoden kennen, die ein sinnvolles Zeitmanagement erleichtern. Weiterhin geht es um die Entwicklung selbstsicherer Verhaltensweisen und um die sinnvolle Bewältigung von Stress. Lernen und Aufmerksamkeit: Hier wird die Bedeutung von Aktivierung und von Umweltbedingungen für das Lernen aufgezeigt, und es werden Möglichkeiten vermittelt, diese günstig zu beeinflussen. Die Teilnehmer werden auch erfahren, wie Arbeitsplatz und Lernumfeld so gestaltet werden können, dass optimale Lernergebnisse erreicht werden können. Lernprinzipien und Lernstrategien: Hier werden grundlegende Prozesse des Lernens und Vergessens dargestellt, es wird auf Lernhemmungen eingegangen und vermittelt, welche Strategien zu erfolgreichem Lernen beitragen können. Dazu gehört auch eine effektive Zeitplanung, die Arbeitsphasen und Pausen einbezieht. Problemlösen: Arten von Problemen und die Komponenten eines Problemlösungsprozesses werden vorgestellt. Dabei spielen Ziele und Mittel eine wesentliche Rolle. Es wird dargestellt, welche Strategien des Problemlösens

es gibt und welche Methoden zu einer Verbesserung der Problemlösefähigkeit beitragen. Kommunikation: Hier werden grundlegende Kommunikationsmodelle vorgestellt und Störungen in der Kommunikation behandelt, wobei verbale und nonverbale Kommunikationsformen angesprochen werden. Weiterhin wird vermittelt, wie Lernprozesse in einem sozialen Kontext sinnvoll und effektiv gestaltet werden können.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Teil 1 umfasst Grundtechniken im Bereich Lernen und Studieren.

Der Kurs dient in erster Linie der individuellen Entwicklung persönlicher Grundkompetenzen, die für ein erfolgreiches Studium entscheidend sind. Folgende Effekte sollen damit verbunden sein: effektives, zielgerichtetes und zufriedenstellendes Studieren, Verringerung von Orientierungsproblemen, bessere Prüfungsergebnisse, erfolgreichere Kommunikation.

1. Einführung
2. Lernen und Motivation
3. Selbstmanagement
4. Lernen und Aufmerksamkeit
5. Lernprinzipien
6. Lernstrategien
7. Problemlösen
8. Kommunikation

Teil 2 umfasst spezielle Anwendungstechniken im Bereich Lernen und Studieren.

Der Kurs dient in erster Linie der individuellen Entwicklung persönlicher Grundkompetenzen, die für ein erfolgreiches Studium entscheidend sind. Folgende Effekte sollen damit verbunden sein: effektives, zielgerichtetes und zufriedenstellendes Studieren, Verringerung von Orientierungsproblemen, bessere Prüfungsergebnisse, erfolgreichere Kommunikation.

Modul 1: Lernen in Vorlesungen/Seminaren

Modul 2: Lernen mit Texten

Modul 3: Lernen mit neuen Medien

Modul 4: Literatursuche

Modul 5: Gedächtnistraining, Mnemotechniken

Modul 6: Prüfungsvorbereitung und -bewältigung

Modul 7: Lernen in Lerngruppen

Modul 8: Präsentieren

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Die Literatur wird im Laufe des Kurses bekannt geben.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Lernportfolio	Jeder Kursteil wird zu 50 % gewichtet. Bei mehreren Teilnoten berechnet sich die Endnote als gewichtetes arithmetisches Mittel der Teilnoten. Eine mit 5,0 bewertete Teilleistung kann somit ausgeglichen werden. Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht werden.	Über die Prüfungsaufgabe und die Hausarbeiten werden die methodische und persönliche Kompetenz abgeprüft. Der Fokus liegt auf praktischen Lerninhalten. Über die Tests werden die Kenntnis und das Verständnis der fachlichen Inhalte (Grundlagen, Konzepte und Anwendungsgebiete) der Veranstaltung geprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Rhetorik

Rhetorics

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester	16

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
MA, M.H.R. Simone Orłowski	Prof. Dr. Wolfram von Rhein

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Herausforderung vor Publikum nicht scheuen.

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) - Logistik und Digitalisierung (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B)	Interaktiver Unterricht mit vielfältigen rhetorischen Übungen der Teilnehmenden, Selbstkontrolle durch Aufzeichnungen einzelner Übungen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 60 h ca. 90 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:**
Rhetorische Fertigkeiten, um sicher und überzeugend vortragen und (sich) präsentieren zu können, Entwicklung eines strukturierten und zuhönergerechten Redekonzeptes und -manuskriptes, Erkennen der eigenen Stärken und Schwächen im Vortrag. Die Studierenden lernen, mit ihren Möglichkeiten eine professionelle Vorbereitung und einen überzeugenden Vortragsstil zu entwickeln.
- **Methodenkompetenz:**
Durch kontinuierliche Übungen und Videoanalysen lernen sich die Teilnehmenden optimal einschätzen und selbst steuern.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Teamarbeit, Vortrags- und Präsentationstechnik, konstruktive KollegenInnenbeurteilung

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Konzeption einer optimalen Rede
- Zuhörerbezug

- Auftritt organisatorisch und mental vorbereiten
- Training der Atemtechnik, Artikulation, wirkungsvollen Sprechweise --> Verbesserung der Stimmwirkung
- Körpersprache (Nonverbales Verhalten)
- Redefiguren“ (Infotainment der Rhetorik)
- Reden und Visualisieren
- Diskussionsleitung und Moderationstechnik

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Allhoff D., Rhetorik & Kommunikation, reinhardt-Verlag
- Bernstein Die Kunst der Präsentation Campus
- Borbonus R., Respekt, Econ 2012
- Braun Die Macht der Rhetorik Ueberreuther, 2001
- Drebinger N. Die klingende Seite der Rhetorik, Auer-Verlag, 2003
- Hamann C. Fitness für die Stimme, reinhardt-Verlag, 2014
- Herbig, Vortrags- und Präsentationstechnik, kommunikation#svhs#amp##führung, 2014
- Joost A., Mit Worten bewegen, Wiley, 2012
- Kutscher P. Stimmtraining, GABAL, 4. Aufl., 2011
- Langer/Schulz von Thun/Tausch Sich verständlich ausdrücken, reinhardt, München, 2015
- Reynolds G., Naked Presenter, Pearson 2011
- Rossié Frei sprechen Econ, 2006
- Rossié Schwierige Gespräche, Haufe, 2005
- Schaller B. Die Macht der Sprache, Langen 1998
- Schilling/Schildt, Angewandte Rhetorik und Präsentationstechnik
- Skripte von Rhein
- Sportelli A. Meine Stimme entdecken reinhardt-Verlag, München, 2013
- Steiger Zuhören, fragen, argumentieren, Huber 2008
- Thiele Überzeugend präsentieren Springer-Verlag
- Thiele Rhetorik Falken-Verlag
- Vögel-Biendl D. Besprechungen mit Biss, reinhardt-Verlag, 2008

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Übungsleistung	Kurzreferate zu ausgewählten Themen unter Anwendung der erlernten Techniken der Rhetorik Gewichtung: 60% Zahlreiche kleine Übungen zur Verbesserung der rhetorischen Fertigkeiten und Techniken Gewichtung: 40% Bei mehreren Teilnoten kann eine mit 5,0 bewertete Teilleistung somit ausgeglichen werden. Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden	Über die Übungen werden die praktischen Lerninhalte und rhetorischen Fertigkeiten nach adäquatem Kursfortschritt geprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Statistik I

Statistics I

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Thorsten Hock	Prof. Dr. Christian Schieder; Prof. Dr. Thorsten Hock

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Basiskenntnisse für die Anwendung in allen betrieblichen Funktionsbereichen. Wichtige Bedeutung bei der Erstellung einer empirischen Bachelorarbeit Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.) - Digital Business (B.A.) - Logistik und Digitalisierung (B.Sc.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	5.4: SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen (BW-B_STAT1)	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 50 h
		Selbststudium:	ca. 45 h
		Leistungsnachweise:	ca. 0 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 55 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Beurteilung der Anwendungsmöglichkeit der verschiedenen statistischen Verfahren in der Praxis und Interpretation der Ergebnisse

- **Fachkompetenz:**
Vertrautheit mit wichtigen Grundbegriffen und Grundlagen der Statistik. Überblick in der Wahrscheinlichkeitstheorie und deren betrieblichen Anwendungsmöglichkeiten.
- **Methodenkompetenz:**
Fertigkeiten in Erstellung und Umgang mit empirischen Verteilungen und mit Parametern. Vertrautheit mit wahrscheinlichkeitstheoretischen Grundkonzepten und deren empirischen Anwendung
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Analytisches und abstraktes Denkvermögen schulen, kritische Distanz zu scheinbaren Zusammenhängen gewinnen, Sensibilisierung für stochastisches Denken

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

- Deskriptive Statistik
 - Grundbegriffe
 - Eindimensionale Häufigkeitsverteilungen
 - Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen
 - Messzahlen und Indizes
- Wahrscheinlichkeitstheorie
 - Grundbegriffe
 - Ereignisse und ihre Darstellung
 - Wahrscheinlichkeitsregeln und Definitionen
 - Zufallsauswahl und Kombinatorik
 - Bedingte Wahrscheinlichkeiten

Internationalität (inhaltlich):

Analyse internationaler Datensätze

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Skript, Aufgabensammlung

- Grundlegendes Lehrbuch: Auer, B., Rottmann, H., Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Gabler
- Auer, B., Rottmann, H., WISU-Check-up Deskriptive und induktive Statistik, WISU 2017/11, 1241 – 1242 und 1271. <http://www.wima-auer-seitz.de/statistik-und-oekonometrie.html>

Ergänzende Literatur:

- Schira, J., Statistische Methoden der VWL und BWL - Theorie und Praxis, Pearson Studium

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Klausur 90 min.	Gewichtung: 100% Hinweis: Die Klausur kann bis zu 100% aus MultipleChoice-Aufgaben bestehen	Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Verhandlungsführung, Konflikt & Mediation

Negotiation, Conflict & Mediation

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	wechselnde Angebotssemester	50

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Gabriele Murry	Prof. Dr. Ingo Striepling

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht, Praxisbeispiele und Übungen, Fallstudien, Selbststudium, Übungen	Gesamtaufwand:	ca. 150 h
		Kontaktzeit:	ca. 60 h
		Selbststudium:	ca. 30 h
		Leistungsnachweise:	ca. 60 h
		Prüfungsvorbereitung:	ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Fachkompetenz:

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- die zentralen Wesensmerkmale von Konflikten zu erklären und deren Verlauf zu reflektieren, zu analysieren und einzuschätzen.
- Konflikte auf den Grad ihrer Eskalation hin zu analysieren.
- die Entstehung und Vermeidung von Konflikten zu erläutern.
- Konflikte und Verhandlungen als Prozess zu verstehen und die notwendigen Maßnahmen zur Lösung zu planen und umzusetzen. spezielle Gesprächs- und Fragetechniken anwenden zu können.
- versteckte Botschaften in der Kommunikation zu erkennen und Optimierungsvorschläge zu erarbeiten.
- Ziele und Strategien für das Konflikt- und Verhandlungsmanagement zu entwickeln, um mit einem klaren Vorgehen zu einem erfolgreichen Konfliktmanagement und der Verhandlungsführung beizutragen.
- die Mediation als Verfahren der Konfliktlösung beurteilen und anwenden zu können.

Methodenkompetenz: Fähigkeit, die erworbenen Kenntnisse auf neue Sachverhalte anzuwenden, die sich darin wiederfindenden Grundmuster zu erkennen und Problemstellungen selbstständig zu lösen. Anwendung der erlernten Problemlösungstechniken auf unbekannte Sachverhalte

Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Ausbau der Verhandlungs-, Konflikt- und Kommunikationsfähigkeit

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

I. Kommunikation

1. Kommunikationsmodelle
2. Gestaltung zielführender Kommunikation
3. Gruppenprozesse verstehen
4. sachgerechte Argumentation
5. aktives Zuhören

II. Verhandlungsführung:

1. Einführung in die Vertragsverhandlung
2. Verhandlungsvorbereitung
3. Verhandlungspraxis
4. Verhandlungskompetenz und Verhandlungsgrenzen
5. Exkurs: Interkulturelles Verhandeln

III. Konfliktmanagement:

1. Konflikte erkennen und feststellen
2. Konflikte steuern und regeln
3. Konflikte selbständig lösen
4. Konflikte durch die Einschaltung Dritter lösen

IV. Mediation:

1. Grundlagen und Abgrenzung der Mediation von anderen Verfahren
2. Anwendungsgebiete (Wirtschaftsmediation, Familienmediation)
3. Prinzipien (Ergebnisoffenheit, Vertraulichkeit/Verschwiegenheit, Freiwilligkeit)
4. Phasen der Mediation

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Unterlagen / Skript wird auf dem LMS durch Dozierende zur Verfügung gestellt

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Studienarbeit	Studienarbeit - 10 Seiten	Gewichtung: 100% Über die Studienarbeit werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.

Wissenschaftliches Arbeiten

Scientific work

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits
	5	Schlüsselqualifikationsmodule	ECTS: 5

Ort Location	Sprache Language	Dauer des Moduls Duration of Module	Vorlesungsrhythmus Frequency of Module	Max. Teilnehmerzahl Max. Number of Participants
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Hermann Raab	Prof. Dr. Thomas Schiller

Voraussetzungen (Hinweis: Bitte beachten sie auch die Voraussetzungen gemäß SPO)

Prerequisites (Note: please also observe the prerequisites according to examination regulations law in the current version of the SPO)

Pflicht Voraussetzungen:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Availability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Wichtige Schlüsselkompetenz zur Erstellung von Seminar- und Abschlussarbeiten Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Digital Business (B) - Logistik und Digitalisierung (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B)	Interaktiver Unterricht mit zahlreichen Praxisfällen in Ergänzung mit Seminararbeiten und Präsentation der Ergebnisse.	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	ca. 150 h ca. 40 h ca. 110 h ca. 0 h ca. 0 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

- **Fachkompetenz:**
Daten und Informationen aus div. Quellen können nach Abschluss des Moduls nach wissenschaftlichen Maßstäben zusammengefasst und präsentiert werden.
- **Methodenkompetenz:**
Methoden und Werkzeuge zur Konzeptionierung und Umsetzung wissenschaftlicher Arbeiten.
- **Persönliche Kompetenz:**
Teamorientiert an Fallstudien zu arbeiten sowie die Ergebnisse zu präsentieren bzw. kommunizieren zu können.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:
Methodiken zur wissenschaftlichen Herangehensweise zur Verfassung von Seminar- und Abschlussarbeiten.
Internationalität (Inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Heister, W., Die Abschlussarbeit, Schäfer-Poeschel
- Skripte Prof. Dr. Hermann Raab, Thomas Schiller

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – APO §9a)

Method of Assessment

Prüfungsform *1 Examination Method	Art/Umfang inkl. Gewichtung *2 Type/scope incl. weighting	Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen Learning outcomes / competences to be assessed
Seminararbeit	Schriftliche Ausarbeitung 70% mündliche Präsentation 30%	Über die Praxisübungen während der Vorlesungsreihe werden die Fertigkeiten und Lernfortschritte ebenso überprüft, wie durch die zu erarbeitende Seminararbeit bzw. Präsentation.

*1) Beachten Sie dazu geltende Prüfungsformen an der OTH Amberg Weiden

*2) Bitte zusätzlich zur Gewichtung (in % Anteil) und ggf. auch einen Hinweis auf ein Bonussystem führen.