

Modulhandbuch

Course Catalogue

Angewandte Wirtschaftspsychologie (SPO WiSe 23/24)



WEIDEN BUSINESS SCHOOL

Department of Business Studies

Inhaltsverzeichnis:

1	Vorbemerkungen	5
2	Allgemeiner Studienaufbau	6
3	Studienverlauf bei Studienbeginn vor Oktober 2023	7
	3.1 Start Sommersemester	8
	3.2 Start Wintersemester	10
4	Studienverlauf bei Studienbeginn ab Oktober 2023	12
5	Studienverlauf bei Studienbeginn ab Sommersem. 2024	14
6	PC-Praktikum.....	16
7	Virtuelle Hochschule Bayern, Sprachenzentrum und Anrechnungen.....	17
8	Modulbeschreibungen	18
8.1	Allgemeine Pflichtfächer	19
	Arbeitsrecht	20
	Bilanzlehre	22
	Finanz-/Investitionswirtschaft.....	24
	Grundlagen der VWL	26
	Organisation	28
	Statistik II (Wirtschaftsstatistik).....	30
	Wirtschaftsmathematik	32
	Gesprächsführung	34
	Interkulturelle Kommunikation	36
	Methodik.....	38
	Marketing	40
	Personalmanagement	42
	Psychologie I.....	44
	Psychologie II	46
	Statistik 1	48
	English for Psychology I.....	50
	English for Psychology II.....	52
	Bachelorarbeit.....	54
	Kolloquium.....	56
	Praxismodul	58
8.2	Vertiefungsmodule	61
	Arbeits- und Organisationspsychologie	61
	Arbeits- und Organisationspsychologie.....	62
	Einführung in die Empirische Forschung.....	64
	Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft.....	66
	Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS	68
	HR I: Employee Recruitment	70
	HR II: Training and Development	72
	HR III: Employee Retention	74
	Kognitive Technologien und Anwendungen	76
	Leadership Psychology.....	78
	Leadership Psychology 2.....	80
	Organizational Behavior	82
	Unternehmerische Produktverantwortlichkeit.....	83
	Markt- und Werbepsychologie.....	85

Arbeits- und Organisationspsychologie.....	86
Einführung in die Empirische Forschung.....	88
Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft.....	90
Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS.....	92
HR III: Employee Retention.....	94
Internationales Marketingmanagement.....	96
Kognitive Technologien und Anwendungen.....	98
Leadership Psychology.....	100
Leadership Psychology 2.....	102
Marken - und Marketingkonzeptionen.....	104
Marketingkommunikation.....	106
Markt- und Werbepsychologie.....	108
Marktforschung einschl. Werkzeuge der Marktforschung (SPSS).....	110
Online Marketing.....	112
Projektmanagement für PR & Marketing.....	114
Sales Management.....	116
Unternehmerische Produktverantwortlichkeit.....	118
Neutral.....	120
Arbeits- und Organisationspsychologie.....	121
Einführung in die Empirische Forschung.....	123
Ethisches Argumentieren in Wirtschaft und Gesellschaft.....	125
Experimentelle Wirtschaftspsychologie & SPSS.....	127
HR I: Employee Recruitment.....	129
HR II: Training and Development.....	131
HR III: Employee Retention.....	133
Internationales Marketingmanagement.....	135
Kognitive Technologien und Anwendungen.....	137
Leadership Psychology.....	139
Leadership Psychology 2.....	141
Marken - und Marketingkonzeptionen.....	143
Marketingkommunikation.....	145
Markt- und Werbepsychologie.....	147
Marktforschung einschl. Werkzeuge der Marktforschung (SPSS).....	149
Online Marketing.....	151
Organizational Behavior.....	153
Projektmanagement für PR & Marketing.....	154
Sales Management.....	156
Unternehmerische Produktverantwortlichkeit.....	158
8.3 Ergänzende Vertiefungsmodule.....	161
Aktuelle Themen der Arbeits- und Organisationspsychologie.....	162
Ausgewählte Themen der Sozialpsychologie.....	164
Außenwirtschaft und Globalisierung.....	166
Digital Venture Development.....	168
E-Commerce Recht und IT-Sicherheit.....	170
Personalcontrolling.....	172
Team- & Projektmanagement.....	174
Unternehmensgründung.....	176
8.4 Schlüsselqualifikationsmodule.....	179
Agiles Projektmanagement.....	180
Ausbildung der Ausbilder.....	182
English for Psychology I.....	184
English for Psychology II.....	186
Excel for Poweruser.....	188

Künstliche Intelligenz in Kreativen Prozessen und Projekten	190
Lernen und Studieren (1+2).....	192
Rhetorik.....	195
Statistik 1	197
Wissenschaftliches Arbeiten	199

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.

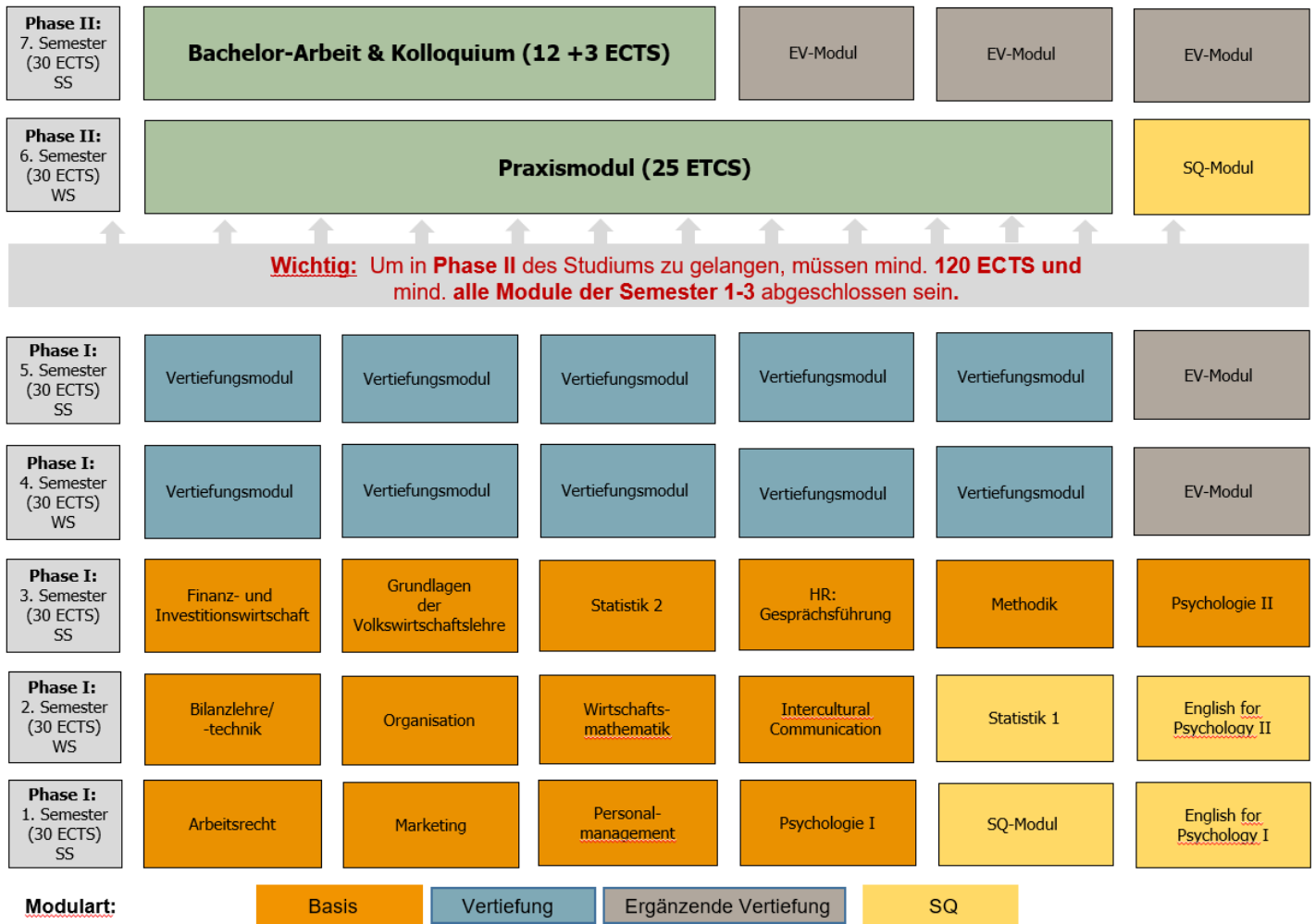
2 Allgemeiner Studienaufbau

Bachelorarbeit & Kolloquium / Bachelor Thesis and Colloquium (12 + 3 ECTS)	
Praktikum / Internship (25 ECTS)	
Wirtschaftspsychologie – 10 Module zu je 5 Credits / - 10 Courses with 5 ETCS each (50 ETCS)	5 x ergänzende Vertiefungsmodule (25 ECTS) mit Möglichkeit zur Schwerpunktbildung: Organisations-, Kultur- oder Gesundheitspsychologie
Wirtschaftspsychologische Basismodule / Basic Business Psychology Modules (35 ECTS)	Schlüsselqualifikations- module / Soft Skills (25 ECTS)
Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule / Basic Business Modules (35 ECTS)	

3 Studienverlauf bei Studienbeginn vor Oktober 2023

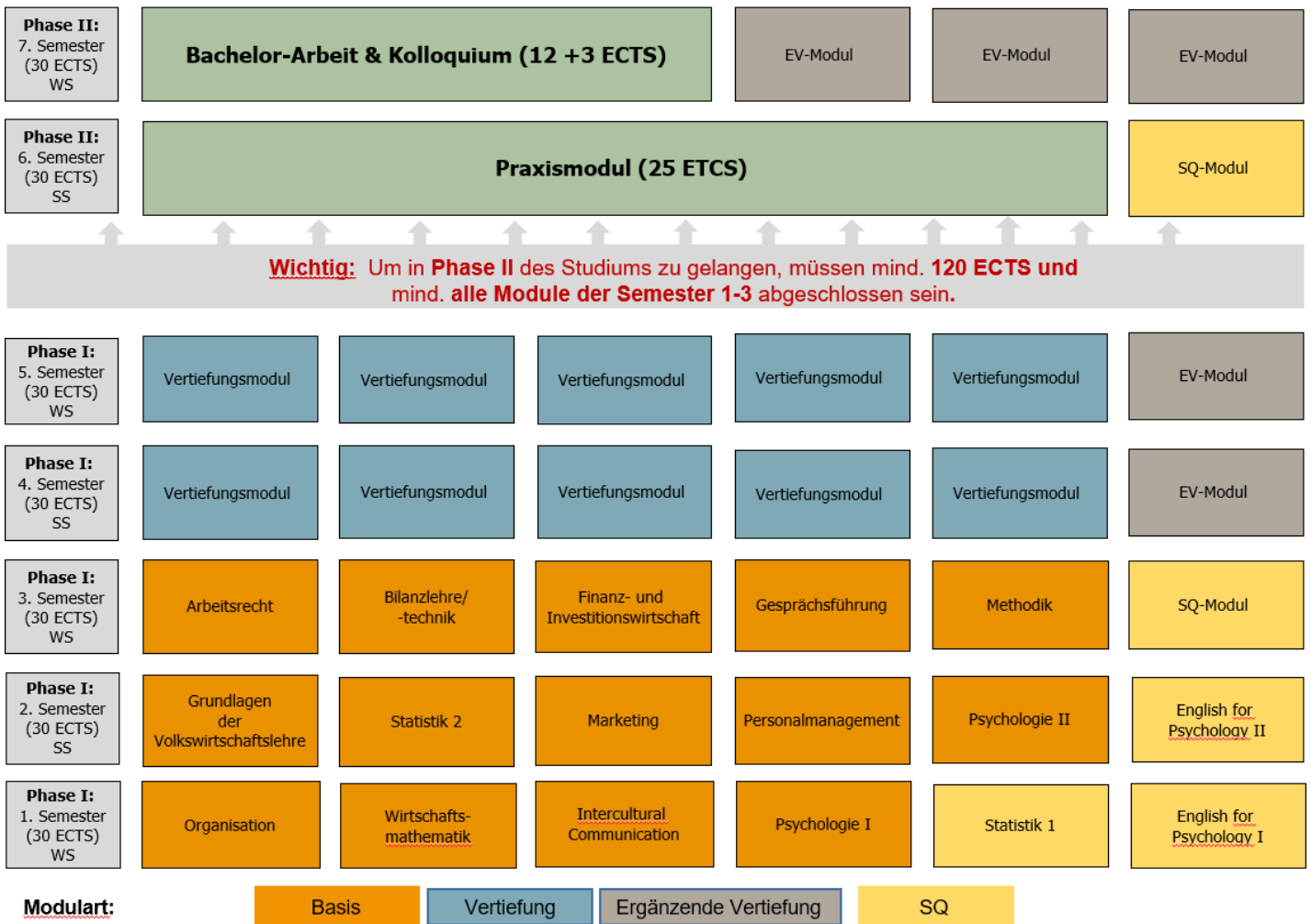
3.1 Start Sommersemester

Start Sommersemester



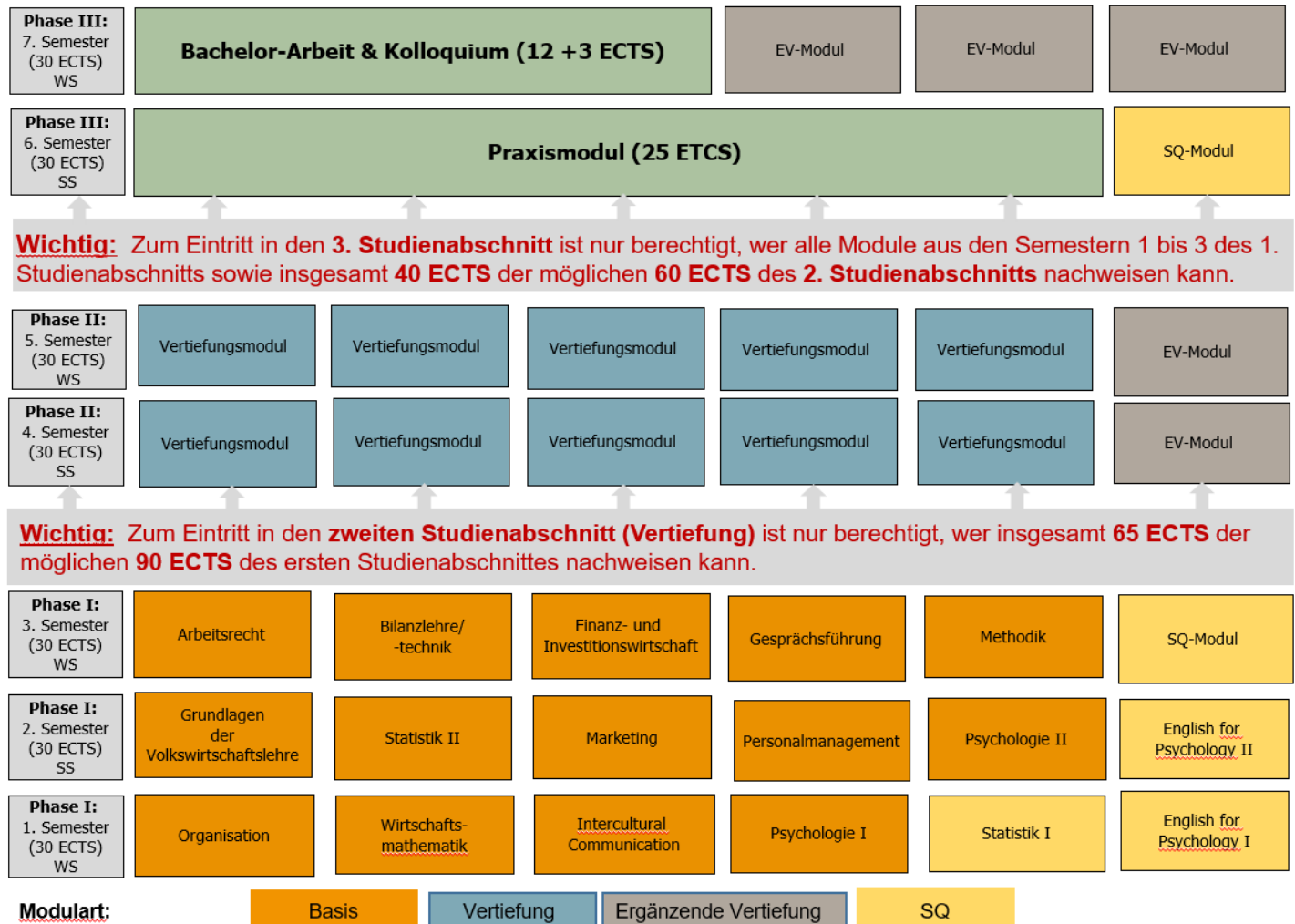
3.2 Start Wintersemester

Start Wintersemester



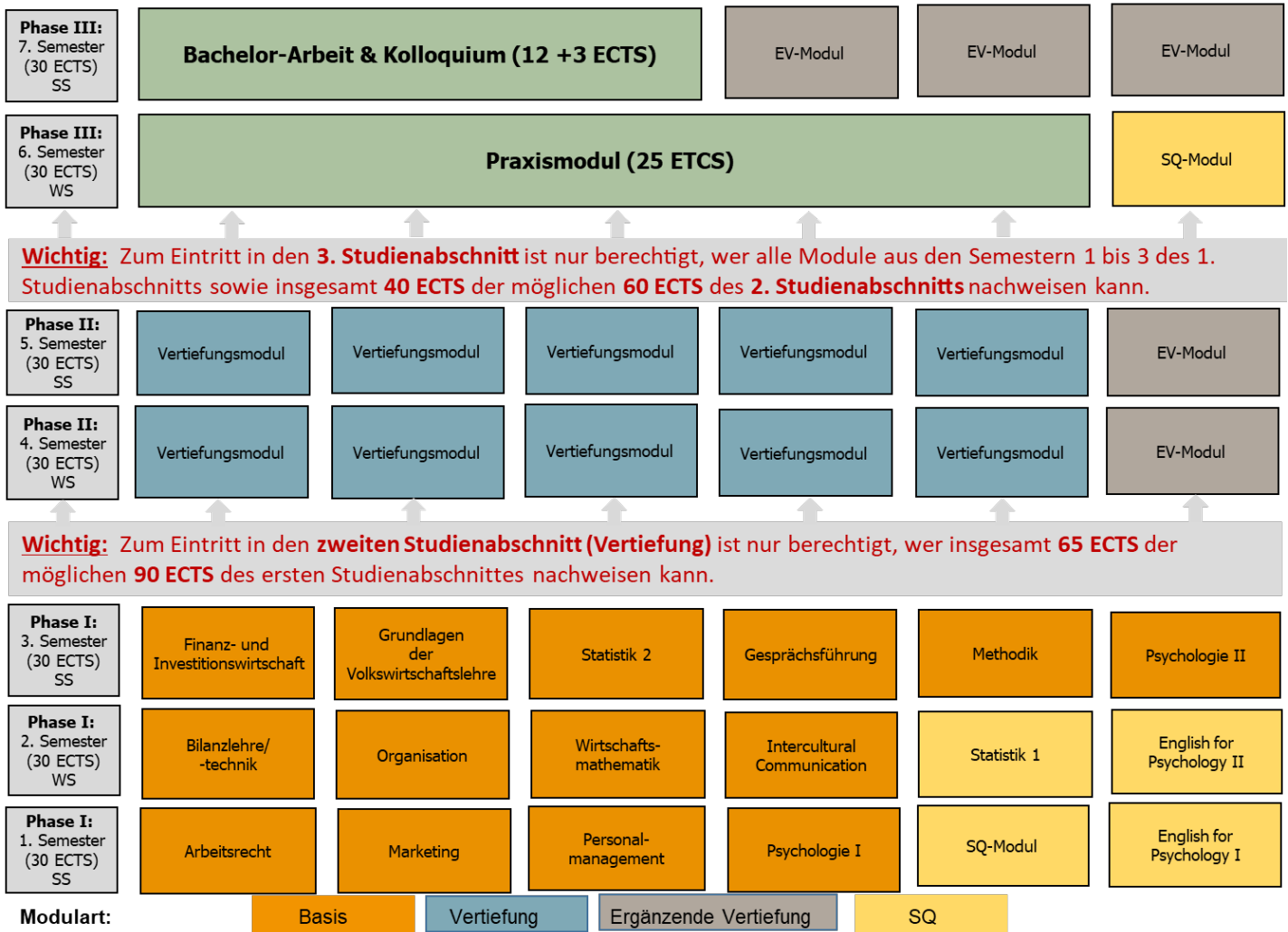
4 Studienverlauf bei Studienbeginn ab Oktober 2023

Start Wintersemester ab Oktober 2023



5 Studienverlauf bei Studienbeginn ab Sommersem. 2024

Start Sommersemester ab Sommersemester 2024



6 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.

7 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
- Datenerhebungsmethoden in den Sozial- und Verhaltenswissenschaften

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.

8 Modulbeschreibungen

8.1 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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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			
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
	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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Keine		Ast, SU, Ü	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 45 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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:			
<ul style="list-style-type: none"> 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			
<ul style="list-style-type: none"> 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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-/Investitionswirtschaft

Finance and Investment

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. Julia Kreppmeier

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Finanz-/Investitionswirtschaft: SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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

<ul style="list-style-type: none"> • C2 Eigenfinanzierung <p>D Derivate</p> <ul style="list-style-type: none"> • D1 Grundlagen • D2 Unbedingte Termingeschäfte • D3 Bedingte Termingeschäfte <p>Internationalität (inhaltlich):</p> <p>Literatur und Skript teilweise auf Englisch</p>		
<p>Lehrmaterial und Literatur:</p> <p>Course Material and literature</p>		
<p>Skript</p> <p>Grundlegendes Lehrbuch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Becker; Investition und Finanzierung, Gabler-Verlag <p>Ergänzende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 		
<p>Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)</p> <p>Method of Assessment</p>		
<p>Prüfungsform *1</p> <p>Examination Method</p>	<p>Art/Umfang inkl. Gewichtung *2</p> <p>Type/scope incl. weighting</p>	<p>Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen</p> <p>Learning outcomes / competences to be assessed</p>
<p>Finanz-/Investitions- wirtschaft:</p>	<p>Gewichtung: 100%</p> <p>Hinweis: Die Klausur kann bis zu 100% aus MultipleChoice-Aufgaben bestehen</p> <p>Begründung:</p> <p>Das Multiple-Choice-Verfahren (MC) ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, die Methodenkompetenz im Hinblick auf das Fach Finanz- und Investitionswirtschaft 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.</p>	<p>Über die Klausur 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.

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 Usability		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. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen		Seminaristischer Unterricht, Vorlesung und Übungen		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 45 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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				
<ul style="list-style-type: none"> 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				
<ul style="list-style-type: none"> 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:		
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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

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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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
- Sozialkompetenz: Selbstreflexion und Feedback im Rahmen der Vorlesung tragen zur Entwicklung von Sozialkompetenz bei.
- Selbstkompetenz: Interaktive Lehrmethoden fördern die aktive Beteiligung der Studierenden und ermöglichen es ihnen, ihre Selbstkompetenz zu stärken.

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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	Dauer: 75 Minuten Gewichtung: 100% Um eine breite Abdeckung des Themenfeldes zu ermöglichen, kann die Klausur bis zu 100% aus Multiple-Choice-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 II (Wirtschaftsstatistik)

Statistics II

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. 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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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:

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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	1.7: SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen (BW-B_WM)	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	46 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	104 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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.

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
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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) Betriebswirtschaft (B)		SU/Ü - Seminaristischer Unterricht plus Übungen/Case Studies	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 50 h Leistungsnachweise: 40 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls:			
Learning Outcomes			
Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen, sozialen und persönlichen Kompetenzen:			
Fachkompetenz: Erlangung fundierter Kenntnisse über theoretische Modelle und Konzepte der menschlichen Kommunikation. Erlernen und Anwenden verschiedener Kommunikationstechniken wie aktives Zuhören, Einsatz von Sprachstil und Körpersprache sowie effektive Fragetechniken. Bewertung unterschiedlicher Gesprächssituationen und Lösungsansätze.			
Methodenkompetenz: Entwicklung eines individuellen Gesprächsführungsstils realistischer Szenarien im Arbeitskontext durch praktische Übungen, Case Studies und Selbsterfahrungssequenzen. Üben, wie man Gespräche in digitalen und physischen Arbeitsumgebungen führt, inklusive spezieller Situationen wie Konflikten, Feedbackgesprächen, Bewerbungsgesprächen und Verhandlungen. Entwicklung der Fähigkeit, Präsentationen zu halten und Moderationen durchzuführen.			
Sozialkompetenz: Fähigkeit der Studierenden, Beziehungen aufzubauen und zu pflegen sowie sich mit anderen kreativ auseinander- und zusammzusetzen. Verstehen und anwenden, wie man empathisch auf Mitarbeitende eingeht und effektiv in Teams arbeitet. <p style="text-align: right;">Stärkung der</p>			
Persönliche Kompetenz: Persönliche Reflexion und die Entwicklung von Selbstbewusstsein stehen im Zentrum der Selbsterfahrungssequenzen. Studierende lernen, ihre eigene Kommunikationsweise zu reflektieren, ihre Meinungen klar und selbstbewusst zu äußern und sich kontinuierlich in ihren kommunikativen Fähigkeiten weiterzuentwickeln.			

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:		
Course Content		
<p>In der modernen Arbeitswelt wird Gesprächsführung immer mehr als essentielle Zukunftskompetenz angesehen. Diese Fähigkeit ermöglicht es, effektiv zu kommunizieren, Konflikte zu lösen und Beziehungen aufzubauen, was in der heutigen globalisierten und digitalisierten Umgebung besonders wertvoll ist. Durch gezielte Gesprächsführung können Führungskräfte und Mitarbeiter gleichermaßen Teams inspirieren, Innovationen fördern und den Herausforderungen des schnellen Wandels begegnen. Indem man lernt, aktiv zuzuhören, klar seine Meinung zu äußern und empathisch auf andere einzugehen, entwickelt man eine Schlüsselkompetenz, die in allen Branchen und Berufen zunehmend gefragt ist.</p> <p>1) Basics: Menschliche Kommunikation (Theoretische Modelle und Konzepte, Basaler Werkzeugkasten (z. B. Aktives Zuhören, Sprachstil, Fragetechniken, Körpersprache))</p> <p>2) Anwendung: (Digitale) Arbeitswelten (Gesprächssituationen (z. G. Konflikt, Feedback, Bewerbung, Verhandeln), Präsentation, Moderation, Virtuelle Settings)</p> <p>Die Themen werden am Beispiel realistischer unternehmensbezogener, (inter-)nationaler Übungen, Case Studies und Selbsterfahrungssequenzen erarbeitet.</p>		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Keine Besonderen		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.	Über die Ausarbeitung werden die theoretischen Lerninhalte einschließlich des wissenschaftlichen Schreibens und kritischen Analysierens abgeprüft. Kompetenzen der Vortrags- und Präsentationstechnik Die Diskussionsbeiträge sowie das Anwenden und Coachen der einzelnen Kommunikationsinstrumente dienen dem vertieften Verständnis und der Anwendungskompetenz der Stoffinhalte.

*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.

Interkulturelle Kommunikation			
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
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester
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:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
Keine			
Verwendbarkeit Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Keine		Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 47 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 103 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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:			
<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz: Verständnis unterschiedlicher kultureller Dimensionen Methodenkompetenz: Umgang mit Ungewissheit bei interkulturellen Begegnungen Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Allgemeine interkulturelle Sensibilisierung 			
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:			
Course Content			
<ul style="list-style-type: none"> 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	Multiple-Choice Tests (insgesamt 60 Minuten; kumulative Punkte; Gewicht 100 %) Bonussystem: Durch die Vorbereitung und Teilnahme an einer der angebotenen Bonusaktivitäten können Sie max. 20 Bonuspunkte (die 20 % der Gesamtnote ausmachen) erreichen. Diese Bonuspunkte werden zu Ihren Punkten aus den Multiple-Choice-Tests addiert. Wenn Sie die Multiple-Choice-Tests nicht bestehen, wird der Bonus am Ende des Semesters ungültig.	Die schriftliche Prüfung wird aufgrund der hohen Teilnehmerzahl in Form eines Online-Multiple-Choice-Tests durchgeführt, bei dem die gesamten Lehrinhalte und Kompetenzprofile abgefragt 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.

Methodik				
Methodology				
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			M.A. Timon Malirsch	
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:				
Statistik 1				
Verwendbarkeit Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen		Seminaristischer Unterricht		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 60 h Leistungsnachweise: 30 h Prüfungsvorbereitung: 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				
<ul style="list-style-type: none"> • 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				
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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
Modularbeit	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
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 Usability		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: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 30 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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:			
<ul style="list-style-type: none"> 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:			
<ul style="list-style-type: none"> 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Grundlage für alle personalbezogenen Module im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit und Anrechenbarkeit in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Digital Business (B) - Handels- und Dienstleistungsmanagement (B) - Logistik und Digitalisierung (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kompetenzen:

- Fachkompetenz: Verständnis für Theorien und Methoden des Personalmanagements sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.
- Methodenkompetenz: Wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Methoden des Personalmanagements sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Anforderungsanalyse, Auswertung von Bewerbungsunterlagen, Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen).
- Sozialkompetenz: Teambasierte Erarbeitung, Diskussion und Präsentation verschiedener Anwendungsthemen des Personalmanagements.
- Selbstkompetenz: Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext des Personalmanagements.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Folgende Themenbereiche des Personalmanagements werden im Rahmen des Moduls behandelt:

- Personalplanung: Bedarfsermittlung, Anforderungsanalyse etc.
- Personalrekrutierung: Personalmarketing (inkl. Employer Branding), Personalauswahl (z.B. Methoden: Bewerbungsunterlagen, Bewerbungsinterview, Assessment Center), Nutzenanalysen etc.
- Personalentwicklung: Onboarding, Training, Karriereplanung etc.

- Personalführung: Motivation, Arbeitszufriedenheit, Entlohnung, Führungsverhalten etc.
- Personalbindung: Fluktuationsanalyse, psychologische Bindungsfaktoren, Bindungsmaßnahmen

Internationalität (inhaltlich): Internationale Anwendungsbeispiele, englischsprachige Literatur

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien
- Grundlagenlehrbücher:
 - Nicolai, C. (2021). Personalmanagement. Stuttgart: utb.
 - 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. Göttingen: Hogrefe.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	AWP: Klausur: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Multiple-Choice (100%) • Dauer: 60min • Gewichtung: 100 % BW/DIB/LD/HD* Klausur: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Multiple-Choice (100%) • Dauer: 60min • Gewichtung: 80% Modularbeit: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Übungsleistung • Gewichtung: 20% * Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (Note: mindestens 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester absolviert und bestanden werden und können nur in diesem selben Semester vorgetragen werden.	Über die Klausur (sowie die Modularbeit) werden die gesamten Lerninhalte sowie die Fachkompetenz, Methodenkompetenzen und Selbstkompetenz abgeprüft. Je nach Lehrmethode und zugrundeliegendem didaktischen Konzept können bis zu 100% der vermittelten Kompetenzen im Multiple-Choice-Verfahren geprüft werden. Dies ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, Fach- und Methodenkompetenzen im Hinblick auf das Verstehen, Anwenden und kritische Reflektieren von HR-Prozessen, -Instrumenten und -Entscheidungen zu prüfen, ohne dass die Studierenden Fragen umfassend beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen beantwortet werden, was zu einer Steigerung der Überprüfungsgenauigkeit 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.

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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	50 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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., #svhs#amp## 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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:

Psychologie I

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	50 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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., #svhs#amp## 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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
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.

Statistik 1

Statistics 1

Zuordnung zum Curriculum: Classification	SPO-Nr.:	Art des Moduls Kind of Module	Umfang in ETCS-Leistungspunkte Number of Credits	
	5	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. Thorsten Hock			Prof. Dr. Christian Schieder	
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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Keine		SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 30 h Selbststudium: 60 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes				
Beurteilung der Anwendungsmöglichkeit der verschiedenen statistischen Verfahren in der Praxis und Interpretation der Ergebnisse <ul style="list-style-type: none"> 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: <ul style="list-style-type: none"> Deskriptive Statistik <ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe Eindimensionale Häufigkeitsverteilungen Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen Messzahlen und Indizes Wahrscheinlichkeitstheorie <ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe Ereignisse und ihre Darstellung 				

<ul style="list-style-type: none"> ○ Wahrscheinlichkeitsregeln und Definitionen ○ Zufallsauswahl und Kombinatorik ○ Bedingte Wahrscheinlichkeiten <p>Internationalität (inhaltlich): Analyse internationaler Datensätze</p>		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Skript, Aufgabensammlung		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegendes Lehrbuch: <ul style="list-style-type: none"> ○ Auer, B., Rottmann, H., Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Gabler • Ergänzende Literatur: <ul style="list-style-type: none"> ○ Spiegelhalter, D., Die Kunst der Statistik, redline Verlag. ○ Schira, J., Statistische Methoden der VWL und BWL - Theorie und Praxis, Pearson Studium ○ Auer, B., Rottmann, H., WISU-Check-up Deskriptive und induktive Statistik, WISU 2017/11, 		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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 75 min	<p>Gewichtung: 100%</p> <p>Hinweis: Die Klausur kann bis zu 100% aus MultipleChoice-Aufgaben bestehen</p> <p>Begründung:</p> <p>Das Multiple-Choice-Verfahren (MC) ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, die Methodenkompetenz im Hinblick auf das Fach Statistik 1 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.</p>	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.

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	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
	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:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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		
<ul style="list-style-type: none"> • Business Proficiency (20117), B2-C1, Klett • Short, J. (2018). English for Psychology in Higher Education Studies. Garnet • Diverse Psychologische Artikel und Forschungsberichte 		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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): 50 % Task 2: Übungsleistung: Präsentation einer wissenschaftlichen Studie: 25% Task 3: Übungsleistung: Listening: 25%	Über die Klausur werden alle theoretischen Lerninhalte und Fachkompetenzen abgeprüft Über die ÜL werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft. 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.

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	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
	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:

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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: in den vier Kernkompetenzen Hörverstehen, Sprechen, Leseverstehen und Schreiben von Texten zu psychologischen und wirtschaftlichen Themen erzielen
- Methodenkompetenz: das sinnerfassende Lesen und Zusammenfassen von Texten aus psychologischen "peer reviewed" Journals und aus dem Wirtschaftsleben und das Präsentieren und freie Sprechen über psychologische und wirtschaftliche Themen
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): besser im Team in der Fremdsprache zu interagieren

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalte

- Memory
- Personality
- Modern addictions
- With the future in mind
- Vygotsky and Piaget
- Organizations
- HR
- Marketing

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Business Proficiency, (2017), B2-C1, Klett		
Short, J. (2018). English for Psychology in Higher Education Studies. Garnet		
Diverse Psychologische Artikel und Forschungsberichte		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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): 50 % Task 2: Übungsleistung: Präsentation einer wissenschaftlichen Studie: 25% Task 3: Übungsleistung: Listening: 25%	Über die Klausur werden alle theoretischen Lerninhalte und Fachkompetenzen abgeprüft Über die ÜL werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft. 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.

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
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester
Modulverantwortliche(r) Module Convenor		Dozent/in Professor / Lecturer	
		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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Die Bachelorarbeit entspricht einer Projektarbeit, die in einem vorgegebenen Rahmen zu bearbeiten ist. Die Arbeit wird von zwei Betreuer/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:	360 h
		Kontaktzeit:	0 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	360 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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
Bachelorarbeit	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.

Kolloquium															
Bachelor Seminar															
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												
	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester												
Modulverantwortliche(r) Module Convenor		Dozent/in Professor / Lecturer													
		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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload												
Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.		Hochschulöffentliches Kolloquium	<table border="0"> <tr> <td>Gesamtaufwand:</td> <td>90 h</td> </tr> <tr> <td>Kontaktzeit:</td> <td>0 h</td> </tr> <tr> <td>Web-Based-Training:</td> <td>0 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium:</td> <td>90 h</td> </tr> <tr> <td>Leistungsnachweise:</td> <td>0 h</td> </tr> <tr> <td>Prüfungsvorbereitung:</td> <td>0 h</td> </tr> </table>	Gesamtaufwand:	90 h	Kontaktzeit:	0 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	90 h	Leistungsnachweise:	0 h	Prüfungsvorbereitung:	0 h
Gesamtaufwand:	90 h														
Kontaktzeit:	0 h														
Web-Based-Training:	0 h														
Selbststudium:	90 h														
Leistungsnachweise:	0 h														
Prüfungsvorbereitung:	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															
Fachkompetenz:															
Methodenkompetenz:															
Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):															
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															
Keine Besonderen															
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)															
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	Keine	Prüfungsform: Referat Art/Umfang inkl. Gewichtung: Gewichtung: 100%													

		Zu prüfende Lernziele/Kompetenzen: Über das Referat 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 Usability	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, Anfertigung eines Praxisprojekts und mündliche Präsentation (in Form eines Kolloquiums). 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: Web-Based-Training: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	750 h 0 h 0 h 750 h 0 h 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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>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 schriftlich niedergelegt als auch in einer mündlichen Präsentation vorgestellt und diskutiert werden (in Form eines Kolloquiums).</p> <p>Darüber hinaus ist für die Anerkennung der Praxisphase ein Arbeitszeugnis der Ausbildungsstelle erforderlich. Die genauen Vorgaben werden im Rahmen des einführenden praxisbegleitenden Unterrichts besprochen.</p> <p>Gewichtung:100%</p>	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.

8.2 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
	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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Keine		Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 47 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 103 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls:			
Learning Outcomes			
<p>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</p> <p>Fachkompetenz: Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und zukunftsweisende Rolle als Mitgestalter der Unternehmenszukunft</p> <p>Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Arbeitsanalyse- und Führungsinstrumente</p> <p>Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich und anderen in Arbeits- und Veränderungsprozesse</p>			
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:			
Course Content			
Inhalt: <ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	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
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	49

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	65 h
		Leistungsnachweise:	25 h
		Prüfungsvorbereitung:	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, Präsentation, 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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>Leistungsnachweise während des Semesters:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende reichen zu den einzelnen Meilensteinen des Forschungsprozesses ihre individuellen bzw. Gruppen-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. ÜL1: Individuelle Reflexion der forschungsmethodischen Grundlagen (z.B. Single-Choice-Test): 25% 2. ÜL2: Gruppen-Präsentation der Ergebnisse am Semesterende: 25% 3. ÜL3: Einreichen eines Forschungsartikels als Gruppe zum Semesterende: 50% 	Alle in den Lernzielen aufgeführten Kompetenzen werden über die Übungsleistung 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.

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 Wintersemester	30

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

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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.
- Höffe, O. (2013): Ethik. Eine Einführung. München: Beck.
- Suchanek, A. (2007): Ökonomische Ethik, 2. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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

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
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

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:

Abgeschlossene Grund- und Basismodule.

Empfohlene Voraussetzungen:

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

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	90 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 kennen die Grundlagen der experimentellen Forschung im Bereich der Wirtschaftspsychologie. Sie können quantitative Umfragen erstellen und über SPSS auswerten.

Methodenkompetenz: Die Studierenden können Methoden der quantitativen Forschung für ausgewählte Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie 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.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Was ist empirische Forschung?

- Wie funktioniert empirische Forschung?
- Welche Forschungsdesigns und -methoden gibt es?
- Wie präsentiert man Forschungsergebnisse?
- Erhebung, Aufbereitung und Auswertung von Daten in SPSS

Fachlich & methodisch:

- Erlernen der Entwicklung und Umsetzung von empirischen Forschungsdesigns
- Erhebung und Analyse von Daten und deren Auswertung

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Ausgewählte Fachbücher und Artikel aus Fachzeitschriften (Peer-Reviewed)		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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	Teil 1: Ausarbeitung einer Forschungsstudie mit Endpräsentation 50% Teil 2: Über die Übungsleistung werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile (50%) Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!	Über die Übungsleistungen 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.

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

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit und Anrechenbarkeit in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kompetenzen:

- Fachkompetenz: Vertieftes Verständnis für Theorien und Methoden der Personalrekrutierung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.
- Methodenkompetenz: Kompetente wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Rekrutierungsmethoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. eignungsdiagnostische Auswertung von Bewerbungsunterlagen, Konzipierung und Durchführung von Bewerbungsinterviews)
- Sozialkompetenz: Teambasierte Erarbeitung, Diskussion und Präsentation verschiedener Themen der Personalrekrutierung.
- Selbstkompetenz: Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext der Personalrekrutierung.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Personalrekrutierung beschäftigt sich u.a. mit der Ermittlung, Ansprache und Bewerbungsanregung stellungseigneter Personen, der Auswahl der am besten geeigneten Bewerbenden sowie der Sicherstellung von Akzeptanz und Nutzen der eingesetzten Rekrutierungsmethoden und Auswahlentscheidungen.

- Personalmarketing: direkte Methoden (z.B. Stellenanzeigen, Headhunting), indirekte Methoden (z.B. Employer Branding)
- Personalauswahl: Eignungsdiagnostische Methoden (z.B. Sichtung von Bewerbungsunterlagen, Durchführung von Bewerbungsinterviews, Assessment Centern und psychometrischen Testverfahren), Entscheidungsstrategien, Qualitätsstandards etc.
- Akzeptanz & Nutzen: Candidate Journey, Candidate Experience, Nutzenanalyse etc.

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, englischsprachige 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. Göttingen: Hogrefe.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Multiple-Choice (100%) • Dauer: 60min • Gewichtung: 100% Bonussystem: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Präsentation • Punkte: bis zu 5% der erreichbaren Maximalpunktzahl in der Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur: Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte sowie die Fachkompetenz, Methodenkompetenzen und Selbstkompetenz abgeprüft. Je nach Lehrmethode und zugrundeliegendem didaktischen Konzept können bis zu 100% der vermittelten Kompetenzen im Multiple-Choice-Verfahren geprüft werden. Dies ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, Fach- und Methodenkompetenzen im Hinblick auf das Verstehen, Anwenden und kritische Reflektieren von HR-Prozessen, -Instrumenten und -Entscheidungen zu prüfen, ohne dass die Studierenden Fragen umfassend beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen beantwortet werden, was zu einer Steigerung der Überprüfungsgenauigkeit der vermittelten Kompetenzen führt. • Bonussystem: Alle Details und Regularien sind in der offiziellen Handreichung ("Handreichung zum Bonussystem im Rahmen der Leistungsbewertung") nachzulesen.

*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			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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload												
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Bereich Unternehmens- 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		<table border="1"> <tr><td>Gesamtaufwand:</td><td>150 h</td></tr> <tr><td>Kontaktzeit:</td><td>60 h</td></tr> <tr><td>Web-Based-Training:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Selbststudium:</td><td>40 h</td></tr> <tr><td>Leistungsnachweise:</td><td>40 h</td></tr> <tr><td>Prüfungsvorbereitung:</td><td>10 h</td></tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	40 h	Leistungsnachweise:	40 h	Prüfungsvorbereitung:	10 h
Gesamtaufwand:	150 h															
Kontaktzeit:	60 h															
Web-Based-Training:	0 h															
Selbststudium:	40 h															
Leistungsnachweise:	40 h															
Prüfungsvorbereitung:	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 und des Aufbaus von Weiterbildungsmaßnahmen, insbesondere von web-basierten Selbstlerneinheiten																
<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz: didaktischer Aufbau, Story-Telling und Einsatz interaktiver Elemente beim Aufbau von web-basierten Selbstlerneinheiten Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Personalentwicklungsinstrumente sowie von Trainingsansätzen, insbesondere von didaktisch aufbereiteten Selbstlerneinheiten auf Lernplattformen unter Nutzung verschiedener digitaler Tools Sozialkompetenz: Erarbeiten und Anwenden von Führungs- und Team-Trainings in Kleingruppen unter Anleitung von didaktischen und fachlichen Coaches, Kommunikation und Abstimmung in kleinen Arbeitsgruppen, Selbstkompetenz: Projektkoordination, Zeitmanagement 																
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität: Course Content																
<ul style="list-style-type: none"> Future Skills Diversity: Vergleiche, Fördermaßnahmen Competencies: Konzeption und Implementierung von Maßnahmen zur Förderung von Kernkompetenzen im internationalen Umfeld 																

- Career Development: Leistungs- /Potenzialbeurteilung, Entwicklungspfade
- 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	
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				
Verwendbarkeit Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit und Anrechenbarkeit in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen		Seminaristischer Unterricht		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 45 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 45 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes				
Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kompetenzen:				
<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz: Vertieftes Verständnis für Methoden und Theorien der Personalbindung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz. Methodenkompetenz: Kompetente wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Personalbindungsmethoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Fluktuationsanalyse, Performance Management) Sozialkompetenz: Teambasierte Erarbeitung, Diskussion und Präsentation verschiedener Themen der Personalbindung. Selbstkompetenz: Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext der Personalbindung. 				
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 Bindungsfaktoren durchgeführt werden sowie geeignete Maßnahmen abgeleitet und implementiert werden.				
<ul style="list-style-type: none"> Analyse: Mitarbeiterbefragung (inkl. Benchmarking), Austrittsgespräch Faktoren: Zufriedenheit, Commitment, Identifikation Maßnahmen: Arbeitsgestaltung (z.B. Job Enrichment, mobiles Arbeiten), Führung (z.B. Feedback, Partizipation), Bezahlung (z.B. leistungsbezogene Bezahlung) etc. 				
Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, englischsprachige 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. Göttingen: Hogrefe.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Multiple-Choice (100%) • Dauer: 60min • Gewichtung: 100% Bonussystem: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Präsentation • Punkte: bis zu 5% der erreichbaren Maximalpunktzahl in der Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur: Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte sowie die Fachkompetenz, Methodenkompetenzen und Selbstkompetenz abgeprüft. Je nach Lehrmethode und zugrundeliegendem didaktischen Konzept können bis zu 100% der vermittelten Kompetenzen im Multiple-Choice-Verfahren geprüft werden. Dies ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, Fach- und Methodenkompetenzen im Hinblick auf das Verstehen, Anwenden und kritische Reflektieren von HR-Prozessen, -Instrumenten und -Entscheidungen zu prüfen, ohne dass die Studierenden Fragen umfassend beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen beantwortet werden, was zu einer Steigerung der Überprüfungsgenauigkeit der vermittelten Kompetenzen führt. • Bonussystem: Alle Details und Regularien sind in der offiziellen Handreichung ("Handreichung zum Bonussystem im Rahmen der Leistungsbewertung") nachzulesen.

*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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload												
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Integration in weitere Module im Studienangebot der Fakultät Betriebswirtschaft Hochschulweite Verwendbarkeit: - Anrechenbar in den Studiengängen: Angewandte Wirtschaftspsychologie (AWP), Betriebswirtschaft (BW), Digital Business (DIB) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen.		Seminaristischer Unterricht im Blended Learning Format. Nutzung von Online-Plattformen und digitalen Entwicklungswerkzeugen.		<table border="0"> <tr><td>Gesamtaufwand:</td><td>150 h</td></tr> <tr><td>Kontaktzeit:</td><td>60 h</td></tr> <tr><td>Web-Based-Training:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Selbststudium:</td><td>90 h</td></tr> <tr><td>Leistungsnachweise:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Prüfungsvorbereitung:</td><td>0 h</td></tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	90 h	Leistungsnachweise:	0 h	Prüfungsvorbereitung:	0 h
Gesamtaufwand:	150 h															
Kontaktzeit:	60 h															
Web-Based-Training:	0 h															
Selbststudium:	90 h															
Leistungsnachweise:	0 h															
Prüfungsvorbereitung:	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.																
<ul style="list-style-type: none"> 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																
<ul style="list-style-type: none"> 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**

Skript, ausgewählte Artikel, Experimentelles Prototyping, Internetquellen

Basis-Lehrbuch:

Portmann & D'Onofrio, (2020) Cognitive Computing - Theorie, Technik und Praxis

Ergänzende Literatur:

- 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	Studierende erarbeiten die vorgegebenen Bestandteile der Übungsleistung. Gewichtung 100%	Über die Modularbeit 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 Usability	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 test	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.

test

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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile 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.

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

Verwendbarkeit Usability	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, Gruppenarbeiten	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	90 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.

test

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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	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.

Organizational Behavior

Organizational Behavior

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	Englisch	1 Semester	nur Sommersemester	25
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/in Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Gabriele Murry			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: Basic and Advanced Business English / B2+				
Verwendbarkeit Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Suitable to enhance knowledge and skills not only in the area of international management, but all areas of emphasis, since employment takes place in organizations Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen		Lectures, self-assessments, exercises, team projects, small group exercises, simulations, role plays		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 60 h Leistungsnachweise: 30 h Prüfungsvorbereitung: 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO) 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.

Unternehmerische Produktverantwortlichkeit

Corporate Product Responsibility

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	25

Modulverantwortliche(r) Module Convenor	Dozent/in Professor / Lecturer
Prof. Dr. Christian Stauf	Prof. Dr. Christian Stauf

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Universitätsweite Anwendbarkeit: Falls erforderlich, Einzelprüfung in anderen Studiengängen.	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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:**
Studierende kennen die Instrumente des Geistigen Eigentums, die Einsatzvoraussetzungen der einzelnen Schutzinstrumente sowie deren Bedeutung für den Schutz unternehmerischer Innovationstätigkeit. Die Studierenden kennen die rechtlichen Verantwortlichkeiten von Unternehmen gegenüber Dritten für die Sicherheit eigener Produkte.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse in verschiedenen Fallkonstellationen anzuwenden. Sie besitzen die Fähigkeit, die unternehmensstrategischen Zusammenhänge zu erkennen und Problemfälle auch unter veränderten (rechtlichen) Bedingungen lösen zu können.
- **Sozialkompetenz:** Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit in Teams, zur effektiven Kommunikation rechtlicher Konzepte und zur Teilnahme an konstruktiven Diskussionen und Verhandlungen.
- **Selbstkompetenz:** Die Studierenden entwickeln Fähigkeiten im Selbstmanagement, einschließlich eigenständiger Recherche, kritischem Denken und der Fähigkeit, ihre Ideen selbstbewusst zu präsentieren und zu verteidigen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

1. Schutz von Innovation:
Wer innovativ ist und neue Produkte und Services in den Markt bringt, der muss zugleich sicherstellen, dass sich die idR immensen Investitionen - bspw. in Forschung und Entwicklung - amortisieren können. Stichwort: Verhinderung von Produkt-/Markenpiraterie. Dazu bedarf es einer eingehenden Auseinandersetzung mit der Frage, welche Schutzmöglichkeiten den Unternehmen zum Schutz Ihres Geistigen Eigentums zur Verfügung stehen. Wir werden dementsprechend einen Blick auf rechtliche (bspw. Patente, Marken, Designs etc.) aber auch faktische Schutzinstrumente werfen.

2. Schutz vor Innovation:

Im zweiten Teil verändern wir dann die Perspektive: Gefragt wird jetzt danach, wie das Recht vor den ungewünschten Folgen (technischer) Innovationen schützt. Anhand von Beispielen werden Sie einen Überblick über die verschiedenen Steuerungsmodelle im Recht bekommen. Der Schwerpunkt liegt in der Produktverantwortlichkeit. In diesem Zusammenhang werden wir die Haftung für Produktfehler behandeln.

Das Ziel der Vorlesung besteht darin, Sie für die rechtlichen Voraussetzungen und Auswirkungen innovatorischer Tätigkeiten im Unternehmen zu sensibilisieren. Dadurch sollen sie befähigt werden, im Unternehmen verantwortungsvolle Entscheidungen treffen zu können.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Götting (2020), Gewerblicher Rechtsschutz, 11. Auflage, C. H. Beck München.
- Stauf (2016), Ganzheitliches Intellectual Property Management im Unternehmen, Springer Gabler Wiesbaden.
- Hassemer (2015), Patentrecht mit Arbeitnehmererfindungsrecht, Gebrauchsmusterrecht, Sortenschutzrecht und Patentmanagement, Kohlhammer Stuttgart.
- Golkowsky (2020), IP-Strategien für Start-ups - Grundlagen, Aufbau und Umsetzung von Schutzrechten, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart.

Weiterführende Hinweise und Materialien werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 bestehend aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Leistung: Einzelprüfungen (z.B. Single-Choice-Tests) und • Teamleistung: Gruppenarbeiten mit Präsentationen (Die Präsentationen sind als Projektdokument einzureichen) <p>Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden.</p>	<p>Abgeprüft werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile, einschl. der Fähigkeit, die jeweiligen Inhalte zu analysieren, aufzubereiten und praktisch anzuwenden sowie 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.

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
	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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Keine		Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 47 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 103 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls:			
Learning Outcomes			
<p>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</p> <p>Fachkompetenz: Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und zukunftsweisende Rolle als Mitgestalter der Unternehmenszukunft</p> <p>Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Arbeitsanalyse- und Führungsinstrumente</p> <p>Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich und anderen in Arbeits- und Veränderungsprozesse</p>			
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:			
Course Content			
Inhalt: <ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	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
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	49

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	65 h
		Leistungsnachweise:	25 h
		Prüfungsvorbereitung:	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, Präsentation, 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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>Leistungsnachweise während des Semesters:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende reichen zu den einzelnen Meilensteinen des Forschungsprozesses ihre individuellen bzw. Gruppen-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. ÜL1: Individuelle Reflexion der forschungsmethodischen Grundlagen (z.B. Single-Choice-Test): 25% 2. ÜL2: Gruppen-Präsentation der Ergebnisse am Semesterende: 25% 3. ÜL3: Einreichen eines Forschungsartikels als Gruppe zum Semesterende: 50% 	Alle in den Lernzielen aufgeführten Kompetenzen werden über die Übungsleistung 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.

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 Wintersemester	30

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

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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.
- Höffe, O. (2013): Ethik. Eine Einführung. München: Beck.
- Suchanek, A. (2007): Ökonomische Ethik, 2. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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

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
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

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:

Abgeschlossene Grund- und Basismodule.

Empfohlene Voraussetzungen:

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

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	90 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 kennen die Grundlagen der experimentellen Forschung im Bereich der Wirtschaftspsychologie. Sie können quantitative Umfragen erstellen und über SPSS auswerten.

Methodenkompetenz: Die Studierenden können Methoden der quantitativen Forschung für ausgewählte Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie 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.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Was ist empirische Forschung?

- Wie funktioniert empirische Forschung?
- Welche Forschungsdesigns und -methoden gibt es?
- Wie präsentiert man Forschungsergebnisse?
- Erhebung, Aufbereitung und Auswertung von Daten in SPSS

Fachlich & methodisch:

- Erlernen der Entwicklung und Umsetzung von empirischen Forschungsdesigns
- Erhebung und Analyse von Daten und deren Auswertung

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Ausgewählte Fachbücher und Artikel aus Fachzeitschriften (Peer-Reviewed)		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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>Teil 1: Ausarbeitung einer Forschungsstudie mit Endpräsentation 50%</p> <p>Teil 2: Über die Übungsleistung werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile (50%)</p> <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!</p>	Über die Übungsleistungen 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.

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

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit und Anrechenbarkeit in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kompetenzen:

- Fachkompetenz: Vertieftes Verständnis für Methoden und Theorien der Personalbindung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.
- Methodenkompetenz: Kompetente wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Personalbindungsmethoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Fluktuationsanalyse, Performance Management)
- Sozialkompetenz: Teambasierte Erarbeitung, Diskussion und Präsentation verschiedener Themen der Personalbindung.
- Selbstkompetenz: Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext der Personalbindung.

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 Bindungsfaktoren durchgeführt werden sowie geeignete Maßnahmen abgeleitet und implementiert werden.

- Analyse: Mitarbeiterbefragung (inkl. Benchmarking), Austrittsgespräch
- Faktoren: Zufriedenheit, Commitment, Identifikation
- Maßnahmen: Arbeitsgestaltung (z.B. Job Enrichment, mobiles Arbeiten), Führung (z.B. Feedback, Partizipation), Bezahlung (z.B. leistungsbezogene Bezahlung) etc.

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, englischsprachige 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. Göttingen: Hogrefe.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Multiple-Choice (100%) • Dauer: 60min • Gewichtung: 100% Bonussystem: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Präsentation • Punkte: bis zu 5% der erreichbaren Maximalpunktzahl in der Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur: Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte sowie die Fachkompetenz, Methodenkompetenzen und Selbstkompetenz abgeprüft. Je nach Lehrmethode und zugrundeliegendem didaktischen Konzept können bis zu 100% der vermittelten Kompetenzen im Multiple-Choice-Verfahren geprüft werden. Dies ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, Fach- und Methodenkompetenzen im Hinblick auf das Verstehen, Anwenden und kritische Reflektieren von HR-Prozessen, -Instrumenten und -Entscheidungen zu prüfen, ohne dass die Studierenden Fragen umfassend beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen beantwortet werden, was zu einer Steigerung der Überprüfungsgenauigkeit der vermittelten Kompetenzen führt. • Bonussystem: Alle Details und Regularien sind in der offiziellen Handreichung ("Handreichung zum Bonussystem im Rahmen der Leistungsbewertung") nachzulesen.

*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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Geeignet für die Vertiefungen Kundenmanagement sowie Produkt- 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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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		
<ul style="list-style-type: none"> • 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		
<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Skript, Übungsaufgaben sowie weitere Informationen werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.</p>		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Integration in weitere Module im Studienangebot der Fakultät Betriebswirtschaft Hochschulweite Verwendbarkeit: - Anrechenbar in den Studiengängen: Angewandte Wirtschaftspsychologie (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: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 90 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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.				
<ul style="list-style-type: none"> 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				
<ul style="list-style-type: none"> 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**

Skript, ausgewählte Artikel, Experimentelles Prototyping, Internetquellen

Basis-Lehrbuch:

Portmann & D'Onofrio, (2020) Cognitive Computing - Theorie, Technik und Praxis

Ergänzende Literatur:

- 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	Studierende erarbeiten die vorgegebenen Bestandteile der Übungsleistung. Gewichtung 100%	Über die Modularbeit 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 Usability	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 test	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.

test

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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile 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.

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																
Verwendbarkeit Usability		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, Gruppenarbeiten		<table border="1"> <tr><td>Gesamtaufwand:</td><td>150 h</td></tr> <tr><td>Kontaktzeit:</td><td>60 h</td></tr> <tr><td>Web-Based-Training:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Selbststudium:</td><td>90 h</td></tr> <tr><td>Leistungsnachweise:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Prüfungsvorbereitung:</td><td>0 h</td></tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	90 h	Leistungsnachweise:	0 h	Prüfungsvorbereitung:	0 h
Gesamtaufwand:	150 h															
Kontaktzeit:	60 h															
Web-Based-Training:	0 h															
Selbststudium:	90 h															
Leistungsnachweise:	0 h															
Prüfungsvorbereitung:	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.																
test																
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:																
Course Content																
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	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. 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:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule, Marketing

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	90 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 Journal-Artikeln, Gestaltung
- Sozialkompetenz: Teamarbeit, Moderations- und Präsentationsfähigkeiten
- Selbstkompetenz: Selbst- und Zeitmanagement, Kreativität

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

1. Markenidentität und Markenführung
2. Markenmanagement im Kontext des Marketing-Mix
3. Zielgruppenanalyse, Targeting und Positioning
4. Markenarchitektur, Markenstrategien und Portfoliomanagement
5. (Psychologische) Markenmodelle
6. Wirkung von Marken, Markenwert und Markenstärke
7. Multisensuale Markenführung
8. Nachhaltige Markenführung
9. Employer Branding
10. Methoden und KPIs der Markenforschung und Consumer Neuroscience

Internationalität:

internationale Forschungsergebnisse, Markenbeispiele

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Bauer, M. J., & Sobolewski, S. (2022). Grüne Marketing-Kommunikation: Green Communication im Marketing-Mix nachhaltigkeitsorientierter Unternehmen. Springer Gabler.
- Baumgarth, C. (2014). Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte (4., überarbeitete und erweiterte Auflage). Lehrbuch. Springer Gabler.
- Burmann, C., Halaszovich, T. F., Schade, M., Klein, K., Piehler, R. (2021). Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling (4., vollständig überarbeitete Auflage). Lehrbuch. Springer Gabler.
- Esch, F.R. (Ed.). (2019). Springer Reference Wirtschaft. Handbuch Markenführung. Springer Gabler.
- Gutjahr, G. (2019). Markenpsychologie: Wie Marken wirken - was Marken stark macht (4., überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer Gabler.
- Misof, G., Schwarz, M. (2017). Innovatives Brand Management: Wie Sie Marken in digitalen Zeiten organisieren, führen und optimieren. Springer Gabler.
- Theobald, E. (2016). Brand Evolution: Moderne Markenführung im digitalen Zeitalter (2nd ed.). Springer Fachmedien Wiesbaden.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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"> • Test über 60 min (Einzelleistung): 50% • Semesterbegleitende Projektarbeit Fallstudie (in Kleingruppen): 50% <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden.</p>	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 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:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	30 h
		Leistungsnachweise:	60 h
		Prüfungsvorbereitung:	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: <ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO) 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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	15 h
		Prüfungsvorbereitung:	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

<ul style="list-style-type: none"> • Messung von Werbewirkung • Psychologie von Marken und Branding 		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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 Hachmüller	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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	50 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	20 h
		Leistungsnachweise:	60 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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
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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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:			
<ul style="list-style-type: none"> • 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 MarketingInstrumente (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			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe des Marketing und des Online-Marketing • Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie 			
Formen des Online-Marketing			
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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
MA, M.H.R. Simone Orłowski	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 Usability	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 Teilnehmeranzahl dies zulässt	Interaktiver Projektunterricht mit vielfältigen journalistischen Übungen der Teilnehmenden	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Web-Based-Training: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	150 h 60 h 0 h 30 h 60 h 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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.

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 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:

Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	15 h
		Prüfungsvorbereitung:	15 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Die Notwendigkeit, die Vertriebsorganisation an die Art der Produkte und Dienstleistungen anzupassen
- Die Steuerung der Vertriebsaktivitäten mittels des Sales Funnels
- Die Ermittlung des Rolling Forecast
- Die Bausteine des Erfolgs für das Verkaufen, insbesondere Targeting, Kundensegmentierung
- Erfolgsfaktoren eines Verkaufsgesprächs kennen und auf ein Produkt anwenden können.
- In Teams realistische Problemstellungen bearbeiten.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

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

Internationalität (inhaltlich):

- die Besonderheiten internationaler Vertriebsorganisationen, Matrixorganisationen

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Skript, Fallstudien, angegebene Literatur		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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.

Unternehmerische Produktverantwortlichkeit

Corporate Product Responsibility

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. Christian Stauf	Prof. Dr. Christian Stauf

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 Instrumente des Geistigen Eigentums, die Einsatzvoraussetzungen der einzelnen Schutzinstrumente sowie deren Bedeutung für den Schutz unternehmerischer Innovationstätigkeit. Die Studierenden kennen die rechtlichen Verantwortlichkeiten von Unternehmen gegenüber Dritten für die Sicherheit eigener Produkte.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse in verschiedenen Fallkonstellationen anzuwenden. Sie besitzen die Fähigkeit, die unternehmensstrategischen Zusammenhänge zu erkennen und Problemfälle auch unter veränderten (rechtlichen) Bedingungen lösen zu können.
- **Sozialkompetenz:** Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit in Teams, zur effektiven Kommunikation rechtlicher Konzepte und zur Teilnahme an konstruktiven Diskussionen und Verhandlungen.
- **Selbstkompetenz:** Die Studierenden entwickeln Fähigkeiten im Selbstmanagement, einschließlich eigenständiger Recherche, kritischem Denken und der Fähigkeit, ihre Ideen selbstbewusst zu präsentieren und zu verteidigen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

1. Schutz von Innovation:
Wer innovativ ist und neue Produkte und Services in den Markt bringt, der muss zugleich sicherstellen, dass sich die idR immensen Investitionen - bspw. in Forschung und Entwicklung - amortisieren können. Stichwort: Verhinderung von Produkt-/Markenpiraterie. Dazu bedarf es einer eingehenden Auseinandersetzung mit der Frage, welche Schutzmöglichkeiten den Unternehmen zum Schutz Ihres Geistigen Eigentums zur Verfügung stehen. Wir werden dementsprechend einen Blick auf rechtliche (bspw. Patente, Marken, Designs etc.) aber auch faktische Schutzinstrumente werfen.

2. Schutz vor Innovation:

Im zweiten Teil verändern wir dann die Perspektive: Gefragt wird jetzt danach, wie das Recht vor den ungewünschten Folgen (technischer) Innovationen schützt. Anhand von Beispielen werden Sie einen Überblick über die verschiedenen Steuerungsmodelle im Recht bekommen. Der Schwerpunkt liegt in der Produktverantwortlichkeit. In diesem Zusammenhang werden wir die Haftung für Produktfehler behandeln.

Das Ziel der Vorlesung besteht darin, Sie für die rechtlichen Voraussetzungen und Auswirkungen innovatorischer Tätigkeiten im Unternehmen zu sensibilisieren. Dadurch sollen sie befähigt werden, im Unternehmen verantwortungsvolle Entscheidungen treffen zu können.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Götting (2020), Gewerblicher Rechtsschutz, 11. Auflage, C. H. Beck München.
- Stauf (2016), Ganzheitliches Intellectual Property Management im Unternehmen, Springer Gabler Wiesbaden.
- Hassemer (2015), Patentrecht mit Arbeitnehmererfindungsrecht, Gebrauchsmusterrecht, Sortenschutzrecht und Patentmanagement, Kohlhammer Stuttgart.
- Golkowsky (2020), IP-Strategien für Start-ups - Grundlagen, Aufbau und Umsetzung von Schutzrechten, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart.

Weiterführende Hinweise und Materialien werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 bestehend aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Leistung: Einzelprüfungen (z.B. Single-Choice-Tests) und • Teamleistung: Gruppenarbeiten mit Präsentationen (Die Präsentationen sind als Projektdokument einzureichen) <p>Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden.</p>	<p>Abgeprüft werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile, einschl. der Fähigkeit, die jeweiligen Inhalte zu analysieren, aufzubereiten und praktisch anzuwenden sowie 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.

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
	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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Keine		Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 47 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 103 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls:			
Learning Outcomes			
<p>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</p> <p>Fachkompetenz: Praxisorientiertes Verständnis für eine neue und zukunftsweisende Rolle als Mitgestalter der Unternehmenszukunft</p> <p>Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Arbeitsanalyse- und Führungsinstrumente</p> <p>Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): Umgang mit sich und anderen in Arbeits- und Veränderungsprozesse</p>			
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:			
Course Content			
Inhalt: <ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	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
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	49

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload												
Keine	Seminaristischer Unterricht	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Gesamtaufwand:</td> <td style="width: 30%; text-align: right;">150 h</td> </tr> <tr> <td>Kontaktzeit:</td> <td style="text-align: right;">60 h</td> </tr> <tr> <td>Web-Based-Training:</td> <td style="text-align: right;">0 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium:</td> <td style="text-align: right;">65 h</td> </tr> <tr> <td>Leistungsnachweise:</td> <td style="text-align: right;">25 h</td> </tr> <tr> <td>Prüfungsvorbereitung:</td> <td style="text-align: right;">0 h</td> </tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	65 h	Leistungsnachweise:	25 h	Prüfungsvorbereitung:	0 h
Gesamtaufwand:	150 h													
Kontaktzeit:	60 h													
Web-Based-Training:	0 h													
Selbststudium:	65 h													
Leistungsnachweise:	25 h													
Prüfungsvorbereitung:	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, Präsentation, 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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>Leistungsnachweise während des Semesters:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende reichen zu den einzelnen Meilensteinen des Forschungsprozesses ihre individuellen bzw. Gruppen-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. ÜL1: Individuelle Reflexion der forschungsmethodischen Grundlagen (z.B. Single-Choice-Test): 25% 2. ÜL2: Gruppen-Präsentation der Ergebnisse am Semesterende: 25% 3. ÜL3: Einreichen eines Forschungsartikels als Gruppe zum Semesterende: 50% 	Alle in den Lernzielen aufgeführten Kompetenzen werden über die Übungsleistung 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.

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 Wintersemester	30

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

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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.
- Höffe, O. (2013): Ethik. Eine Einführung. München: Beck.
- Suchanek, A. (2007): Ökonomische Ethik, 2. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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

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
Weiden	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	30

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:

Abgeschlossene Grund- und Basismodule.

Empfohlene Voraussetzungen:

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

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	90 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 kennen die Grundlagen der experimentellen Forschung im Bereich der Wirtschaftspsychologie. Sie können quantitative Umfragen erstellen und über SPSS auswerten.

Methodenkompetenz: Die Studierenden können Methoden der quantitativen Forschung für ausgewählte Fragestellungen in der Wirtschaftspsychologie 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.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Was ist empirische Forschung?

- Wie funktioniert empirische Forschung?
- Welche Forschungsdesigns und -methoden gibt es?
- Wie präsentiert man Forschungsergebnisse?
- Erhebung, Aufbereitung und Auswertung von Daten in SPSS

Fachlich & methodisch:

- Erlernen der Entwicklung und Umsetzung von empirischen Forschungsdesigns
- Erhebung und Analyse von Daten und deren Auswertung

Internationalität (inhaltlich):

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Ausgewählte Fachbücher und Artikel aus Fachzeitschriften (Peer-Reviewed)		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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	Teil 1: Ausarbeitung einer Forschungsstudie mit Endpräsentation 50% Teil 2: Über die Übungsleistung werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile (50%) Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden!	Über die Übungsleistungen 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.

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

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit und Anrechenbarkeit in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kompetenzen:

- **Fachkompetenz:** Vertieftes Verständnis für Theorien und Methoden der Personalrekrutierung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.
- **Methodenkompetenz:** Kompetente wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Rekrutierungsmethoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. eignungsdiagnostische Auswertung von Bewerbungsunterlagen, Konzipierung und Durchführung von Bewerbungsinterviews)
- **Sozialkompetenz:** Teambasierte Erarbeitung, Diskussion und Präsentation verschiedener Themen der Personalrekrutierung.
- **Selbstkompetenz:** Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext der Personalrekrutierung.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Personalrekrutierung beschäftigt sich u.a. mit der Ermittlung, Ansprache und Bewerbungsanregung stellungseigneter Personen, der Auswahl der am besten geeigneten Bewerbenden sowie der Sicherstellung von Akzeptanz und Nutzen der eingesetzten Rekrutierungsmethoden und Auswahlentscheidungen.

- **Personalmarketing:** direkte Methoden (z.B. Stellenanzeigen, Headhunting), indirekte Methoden (z.B. Employer Branding)
- **Personalauswahl:** Eignungsdiagnostische Methoden (z.B. Sichtung von Bewerbungsunterlagen, Durchführung von Bewerbungsinterviews, Assessment Centern und psychometrischen Testverfahren), Entscheidungsstrategien, Qualitätsstandards etc.
- **Akzeptanz & Nutzen:** Candidate Journey, Candidate Experience, Nutzenanalyse etc.

Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, englischsprachige Literatur

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
<ul style="list-style-type: none"> • Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel, Übungsmaterialien • Grundlagenlehrbücher: <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. Göttingen: Hogrefe. 		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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
Klausur 60 min	Klausur: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Multiple-Choice (100%) • Dauer: 60min • Gewichtung: 100% Bonussystem: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Präsentation • Punkte: bis zu 5% der erreichbaren Maximalpunktzahl in der Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur: Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte sowie die Fachkompetenz, Methodenkompetenzen und Selbstkompetenz abgeprüft. Je nach Lehrmethode und zugrundeliegendem didaktischen Konzept können bis zu 100% der vermittelten Kompetenzen im Multiple-Choice-Verfahren geprüft werden. Dies ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, Fach- und Methodenkompetenzen im Hinblick auf das Verstehen, Anwenden und kritische Reflektieren von HR-Prozessen, -Instrumenten und -Entscheidungen zu prüfen, ohne dass die Studierenden Fragen umfassend beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen beantwortet werden, was zu einer Steigerung der Überprüfungsgenauigkeit der vermittelten Kompetenzen führt. • Bonussystem: Alle Details und Regularien sind in der offiziellen Handreichung ("Handreichung zum Bonussystem im Rahmen der Leistungsbewertung") nachzulesen.

*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			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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload												
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Die Veranstaltung ist Teil des Fächerkanons im Bereich Unternehmens- 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		<table border="1"> <tr><td>Gesamtaufwand:</td><td>150 h</td></tr> <tr><td>Kontaktzeit:</td><td>60 h</td></tr> <tr><td>Web-Based-Training:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Selbststudium:</td><td>40 h</td></tr> <tr><td>Leistungsnachweise:</td><td>40 h</td></tr> <tr><td>Prüfungsvorbereitung:</td><td>10 h</td></tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	40 h	Leistungsnachweise:	40 h	Prüfungsvorbereitung:	10 h
Gesamtaufwand:	150 h															
Kontaktzeit:	60 h															
Web-Based-Training:	0 h															
Selbststudium:	40 h															
Leistungsnachweise:	40 h															
Prüfungsvorbereitung:	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 und des Aufbaus von Weiterbildungsmaßnahmen, insbesondere von web-basierten Selbstlerneinheiten																
<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz: didaktischer Aufbau, Story-Telling und Einsatz interaktiver Elemente beim Aufbau von web-basierten Selbstlerneinheiten Methodenkompetenz: Beurteilung und Anwendung grundlegender Personalentwicklungsinstrumente sowie von Trainingsansätzen, insbesondere von didaktisch aufbereiteten Selbstlerneinheiten auf Lernplattformen unter Nutzung verschiedener digitaler Tools Sozialkompetenz: Erarbeiten und Anwenden von Führungs- und Team-Trainings in Kleingruppen unter Anleitung von didaktischen und fachlichen Coaches, Kommunikation und Abstimmung in kleinen Arbeitsgruppen, Selbstkompetenz: Projektkoordination, Zeitmanagement 																
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität: Course Content																
<ul style="list-style-type: none"> Future Skills Diversity: Vergleiche, Fördermaßnahmen Competencies: Konzeption und Implementierung von Maßnahmen zur Förderung von Kernkompetenzen im internationalen Umfeld 																

- Career Development: Leistungs- /Potenzialbeurteilung, Entwicklungspfade
- 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester	
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				
Verwendbarkeit Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit und Anrechenbarkeit in den Studiengängen: - Betriebswirtschaft (B) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen		Seminaristischer Unterricht		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 45 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 45 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes				
Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kompetenzen:				
<ul style="list-style-type: none"> Fachkompetenz: Vertieftes Verständnis für Methoden und Theorien der Personalbindung sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz. Methodenkompetenz: Kompetente wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung von Personalbindungsmethoden sowie praktische Anwendung ausgewählter Methoden (z.B. Fluktuationsanalyse, Performance Management) Sozialkompetenz: Teambasierte Erarbeitung, Diskussion und Präsentation verschiedener Themen der Personalbindung. Selbstkompetenz: Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen und Entscheidungen im Kontext der Personalbindung. 				
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 Bindungsfaktoren durchgeführt werden sowie geeignete Maßnahmen abgeleitet und implementiert werden.				
<ul style="list-style-type: none"> Analyse: Mitarbeiterbefragung (inkl. Benchmarking), Austrittsgespräch Faktoren: Zufriedenheit, Commitment, Identifikation Maßnahmen: Arbeitsgestaltung (z.B. Job Enrichment, mobiles Arbeiten), Führung (z.B. Feedback, Partizipation), Bezahlung (z.B. leistungsbezogene Bezahlung) etc. 				
Internationalität (inhaltlich): internationale Anwendungsbeispiele, englischsprachige 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. Göttingen: Hogrefe.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Multiple-Choice (100%) • Dauer: 60min • Gewichtung: 100% Bonussystem: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Präsentation • Punkte: bis zu 5% der erreichbaren Maximalpunktzahl in der Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur: Über die Klausur werden die gesamten Lerninhalte sowie die Fachkompetenz, Methodenkompetenzen und Selbstkompetenz abgeprüft. Je nach Lehrmethode und zugrundeliegendem didaktischen Konzept können bis zu 100% der vermittelten Kompetenzen im Multiple-Choice-Verfahren geprüft werden. Dies ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, Fach- und Methodenkompetenzen im Hinblick auf das Verstehen, Anwenden und kritische Reflektieren von HR-Prozessen, -Instrumenten und -Entscheidungen zu prüfen, ohne dass die Studierenden Fragen umfassend beantworten müssen. Im Gegensatz zu einem offenen Antwortformat können so deutlich mehr Fragen beantwortet werden, was zu einer Steigerung der Überprüfungsgenauigkeit der vermittelten Kompetenzen führt. • Bonussystem: Alle Details und Regularien sind in der offiziellen Handreichung ("Handreichung zum Bonussystem im Rahmen der Leistungsbewertung") nachzulesen.

*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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Geeignet für die Vertiefungen Kundenmanagement sowie Produkt- 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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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		
<ul style="list-style-type: none"> • 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		
<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Skript, Übungsaufgaben sowie weitere Informationen werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.</p>		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Integration in weitere Module im Studienangebot der Fakultät Betriebswirtschaft Hochschulweite Verwendbarkeit: - Anrechenbar in den Studiengängen: Angewandte Wirtschaftspsychologie (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: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 90 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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.				
<ul style="list-style-type: none"> 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				
<ul style="list-style-type: none"> 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**

Skript, ausgewählte Artikel, Experimentelles Prototyping, Internetquellen

Basis-Lehrbuch:

Portmann & D'Onofrio, (2020) Cognitive Computing - Theorie, Technik und Praxis

Ergänzende Literatur:

- 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 Dachsel (2010), Interaktive Systeme

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	Studierende erarbeiten die vorgegebenen Bestandteile der Übungsleistung. Gewichtung 100%	Über die Modularbeit 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 Usability	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 test	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.

test

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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	Über die Studienarbeit und Präsentation werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile 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.

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																
Verwendbarkeit Usability		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, Gruppenarbeiten		<table border="1"> <tr><td>Gesamtaufwand:</td><td>150 h</td></tr> <tr><td>Kontaktzeit:</td><td>60 h</td></tr> <tr><td>Web-Based-Training:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Selbststudium:</td><td>90 h</td></tr> <tr><td>Leistungsnachweise:</td><td>0 h</td></tr> <tr><td>Prüfungsvorbereitung:</td><td>0 h</td></tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	90 h	Leistungsnachweise:	0 h	Prüfungsvorbereitung:	0 h
Gesamtaufwand:	150 h															
Kontaktzeit:	60 h															
Web-Based-Training:	0 h															
Selbststudium:	90 h															
Leistungsnachweise:	0 h															
Prüfungsvorbereitung:	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.																
test																
Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:																
Course Content																
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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	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. 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:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule, Marketing

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	90 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 Journal-Artikeln, Gestaltung
- Sozialkompetenz: Teamarbeit, Moderations- und Präsentationsfähigkeiten
- Selbstkompetenz: Selbst- und Zeitmanagement, Kreativität

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

1. Markenidentität und Markenführung
2. Markenmanagement im Kontext des Marketing-Mix
3. Zielgruppenanalyse, Targeting und Positioning
4. Markenarchitektur, Markenstrategien und Portfoliomanagement
5. (Psychologische) Markenmodelle
6. Wirkung von Marken, Markenwert und Markenstärke
7. Multisensuale Markenführung
8. Nachhaltige Markenführung
9. Employer Branding
10. Methoden und KPIs der Markenforschung und Consumer Neuroscience

Internationalität:

internationale Forschungsergebnisse, Markenbeispiele		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
<ul style="list-style-type: none"> Bauer, M. J., & Sobolewski, S. (2022). Grüne Marketing-Kommunikation: Green Communication im Marketing-Mix nachhaltigkeitsorientierter Unternehmen. Springer Gabler. Baumgarth, C. (2014). Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte (4., überarbeitete und erweiterte Auflage). Lehrbuch. Springer Gabler. Burmann, C., Halaszovich, T. F., Schade, M., Klein, K., Piehler, R. (2021). Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling (4., vollständig überarbeitete Auflage). Lehrbuch. Springer Gabler. Esch, F.R. (Ed.). (2019). Springer Reference Wirtschaft. Handbuch Markenführung. Springer Gabler. Gutjahr, G. (2019). Markenpsychologie: Wie Marken wirken - was Marken stark macht (4., überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer Gabler. Misof, G., Schwarz, M. (2017). Innovatives Brand Management: Wie Sie Marken in digitalen Zeiten organisieren, führen und optimieren. Springer Gabler. Theobald, E. (2016). Brand Evolution: Moderne Markenführung im digitalen Zeitalter (2nd ed.). Springer Fachmedien Wiesbaden. 		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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"> Test über 60 min (Einzelleistung): 50% Semesterbegleitende Projektarbeit Fallstudie (in Kleingruppen): 50% <p>Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul setzt das Bestehen aller Teilleistungen voraus. Teilleistungen können jeweils nur 1 Semester vorgetragen werden.</p>	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 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:

Grundlagen- und Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	30 h
		Leistungsnachweise:	60 h
		Prüfungsvorbereitung:	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: <ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO) 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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	15 h
		Prüfungsvorbereitung:	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

<ul style="list-style-type: none"> • Messung von Werbewirkung • Psychologie von Marken und Branding 		
Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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 Hachmüller	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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	50 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	20 h
		Leistungsnachweise:	60 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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
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 Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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:			
<ul style="list-style-type: none"> • 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 MarketingInstrumente (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			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe des Marketing und des Online-Marketing • Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie 			
Formen des Online-Marketing			
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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.

Organizational Behavior

Organizational Behavior

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	Englisch	1 Semester	nur Sommersemester	25
Modulverantwortliche(r) Module Convenor			Dozent/in Professor / Lecturer	
Prof. Dr. Gabriele Murry			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: Basic and Advanced Business English / B2+				
Verwendbarkeit Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Suitable to enhance knowledge and skills not only in the area of international management, but all areas of emphasis, since employment takes place in organizations Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Betriebswirtschaft (B.A.) - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen		Lectures, self-assessments, exercises, team projects, small group exercises, simulations, role plays		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 60 h Leistungsnachweise: 30 h Prüfungsvorbereitung: 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO) 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.

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
MA, M.H.R. Simone Orłowski	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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload												
<p>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 Teilnehmeranzahl dies zulässt</p>	<p>Interaktiver Projektunterricht mit vielfältigen journalistischen Übungen der Teilnehmenden</p>	<table border="0"> <tr> <td>Gesamtaufwand:</td> <td>150 h</td> </tr> <tr> <td>Kontaktzeit:</td> <td>60 h</td> </tr> <tr> <td>Web-Based-Training:</td> <td>0 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium:</td> <td>30 h</td> </tr> <tr> <td>Leistungsnachweise:</td> <td>60 h</td> </tr> <tr> <td>Prüfungsvorbereitung:</td> <td>0 h</td> </tr> </table>	Gesamtaufwand:	150 h	Kontaktzeit:	60 h	Web-Based-Training:	0 h	Selbststudium:	30 h	Leistungsnachweise:	60 h	Prüfungsvorbereitung:	0 h
Gesamtaufwand:	150 h													
Kontaktzeit:	60 h													
Web-Based-Training:	0 h													
Selbststudium:	30 h													
Leistungsnachweise:	60 h													
Prüfungsvorbereitung:	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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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.

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 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:

Betriebswirtschaftliche Basismodule

Verwendbarkeit Usability	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:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	15 h
		Prüfungsvorbereitung:	15 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

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

- Die Notwendigkeit, die Vertriebsorganisation an die Art der Produkte und Dienstleistungen anzupassen
- Die Steuerung der Vertriebsaktivitäten mittels des Sales Funnels
- Die Ermittlung des Rolling Forecast
- Die Bausteine des Erfolgs für das Verkaufen, insbesondere Targeting, Kundensegmentierung
- Erfolgsfaktoren eines Verkaufsgesprächs kennen und auf ein Produkt anwenden können.
- In Teams realistische Problemstellungen bearbeiten.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

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

Internationalität (inhaltlich):

- die Besonderheiten internationaler Vertriebsorganisationen, Matrixorganisationen

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Skript, Fallstudien, angegebene Literatur		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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.

Unternehmerische Produktverantwortlichkeit

Corporate Product Responsibility

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. Christian Stauf	Prof. Dr. Christian Stauf

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 Instrumente des Geistigen Eigentums, die Einsatzvoraussetzungen der einzelnen Schutzinstrumente sowie deren Bedeutung für den Schutz unternehmerischer Innovationstätigkeit. Die Studierenden kennen die rechtlichen Verantwortlichkeiten von Unternehmen gegenüber Dritten für die Sicherheit eigener Produkte.
- **Methodenkompetenz:**
Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse in verschiedenen Fallkonstellationen anzuwenden. Sie besitzen die Fähigkeit, die unternehmensstrategischen Zusammenhänge zu erkennen und Problemfälle auch unter veränderten (rechtlichen) Bedingungen lösen zu können.
- **Sozialkompetenz:** Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit in Teams, zur effektiven Kommunikation rechtlicher Konzepte und zur Teilnahme an konstruktiven Diskussionen und Verhandlungen.
- **Selbstkompetenz:** Die Studierenden entwickeln Fähigkeiten im Selbstmanagement, einschließlich eigenständiger Recherche, kritischem Denken und der Fähigkeit, ihre Ideen selbstbewusst zu präsentieren und zu verteidigen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

1. Schutz von Innovation:
Wer innovativ ist und neue Produkte und Services in den Markt bringt, der muss zugleich sicherstellen, dass sich die idR immensen Investitionen - bspw. in Forschung und Entwicklung - amortisieren können. Stichwort: Verhinderung von Produkt-/Markenpiraterie. Dazu bedarf es einer eingehenden Auseinandersetzung mit der Frage, welche Schutzmöglichkeiten den Unternehmen zum Schutz Ihres Geistigen Eigentums zur Verfügung stehen. Wir werden dementsprechend einen Blick auf rechtliche (bspw. Patente, Marken, Designs etc.) aber auch faktische Schutzinstrumente werfen.

2. Schutz vor Innovation:

Im zweiten Teil verändern wir dann die Perspektive: Gefragt wird jetzt danach, wie das Recht vor den ungewünschten Folgen (technischer) Innovationen schützt. Anhand von Beispielen werden Sie einen Überblick über die verschiedenen Steuerungsmodelle im Recht bekommen. Der Schwerpunkt liegt in der Produktverantwortlichkeit. In diesem Zusammenhang werden wir die Haftung für Produktfehler behandeln.

Das Ziel der Vorlesung besteht darin, Sie für die rechtlichen Voraussetzungen und Auswirkungen innovatorischer Tätigkeiten im Unternehmen zu sensibilisieren. Dadurch sollen sie befähigt werden, im Unternehmen verantwortungsvolle Entscheidungen treffen zu können.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Götting (2020), Gewerblicher Rechtsschutz, 11. Auflage, C. H. Beck München.
- Stauf (2016), Ganzheitliches Intellectual Property Management im Unternehmen, Springer Gabler Wiesbaden.
- Hassemer (2015), Patentrecht mit Arbeitnehmererfindungsrecht, Gebrauchsmusterrecht, Sortenschutzrecht und Patentmanagement, Kohlhammer Stuttgart.
- Golkowsky (2020), IP-Strategien für Start-ups - Grundlagen, Aufbau und Umsetzung von Schutzrechten, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart.

Weiterführende Hinweise und Materialien werden über das Lernmanagementsystem „Moodle“ zur Verfügung gestellt. Eine Registrierung für den Kurs ist daher erforderlich.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 bestehend aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Leistung: Einzelprüfungen (z.B. Single-Choice-Tests) und • Teamleistung: Gruppenarbeiten mit Präsentationen (Die Präsentationen sind als Projektdokument einzureichen) <p>Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht/bestanden werden.</p>	<p>Abgeprüft werden die gesamten Lerninhalte und Kompetenzprofile, einschl. der Fähigkeit, die jeweiligen Inhalte zu analysieren, aufzubereiten und praktisch anzuwenden sowie 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.

8.3 Ergänzende Vertiefungsmodule

Aktuelle Themen 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
	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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Keine		Angeleitetes Selbststudium	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 90 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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:			
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	Projektarbeit/Forschungsentwurf (100%)	Über die 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.

Ausgewählte Themen der Sozialpsychologie

Selected Topics in Social 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	25

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:

Psychologie I & II, English for Psychology I & II

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf. Hochschulweite Verwendbarkeit und Anrechenbarkeit in den Studiengängen: - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminar	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	45 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	45 h

Lernziele / Qualifikationen des Moduls:

Learning Outcomes

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kompetenzen:

- Fachkompetenz: Vertieftes Verständnis für Theorien und Methoden der Sozialpsychologie sowie deren wirtschaftspraktische Relevanz.
- Methodenkompetenz: Recherche, Auswertung und Bewertung wissenschaftlicher Artikel und Erkenntnisse; kompetente wissenschaftliche und wirtschaftliche Beurteilung sozialpsychologischer Phänomene
- Sozialkompetenz: Teambasierte Erarbeitung, Diskussion und Präsentation verschiedener Themen der Sozialpsychologie.
- Selbstkompetenz: Kritische Reflexion und verantwortungsvolle Bewertung eigener Annahmen, Bewertungen und Entscheidungen sowie des eigenen Verhaltens.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

- Kognitive Dissonanz und Selbstrechtfertigung
- Urteilen und Entscheiden
- Einstellungen und Verhalten
- Stereotype, Vorurteile und Rassismus
- Prosoziales Verhalten, Hilfeverhalten und Zivilcourage
- Aggression
- Gruppenprozesse, soziale Identität und sozialer Einfluss

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

- Skript (Vorlesungsfolien), ausgewählte Fach- und Forschungsartikel (peer reviewed)

- Grundlagenlehrbücher:
 - Fischer, P., Jander, K., & Krueger, J. (2018). Sozialpsychologie für Bachelor. Berlin: Springer.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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: <ul style="list-style-type: none"> • Gewichtung: 100% Bonussystem: <ul style="list-style-type: none"> • Format: Präsentation • Punkte: bis zu max. 10% der erreichbaren Maximalpunktzahl in der Studienarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Studienarbeit: Über die Studienarbeit werden die Lerninhalte sowie die fachlichen und methodischen Kompetenzen abgeprüft. • Bonussystem: Alle Details und Regularien sind in der offiziellen Handreichung ("Handreichung zum Bonussystem im Rahmen der Leistungsbewertung") nachzulesen.

*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
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 Usability		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 Studiengängen		Seminaristischer Unterricht kombiniert mit Fallstudien, Übungen und Vorlesung, Gastvorträge	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 30 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 90 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 30 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls:			
Learning Outcomes			
<ul style="list-style-type: none"> 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) <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO) 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 Venture Development

Digital Venture Development

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. Simon Preis	Prof. Dr. Christian Stauf; Prof. Dr. Christoph Hachmöller; 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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 für die die gesamtwirtschaftlichen Veränderungen der digitalen Transformation sowie für die damit verbundenen Mechanismen, Konzepte und Theorien zur Entwicklung neuer Unternehmen im digitalen Umfeld.
- **Methodenkompetenz:**
Methoden zur Ideengenerierung, Einschätzung und Umsetzung neuer Geschäftsfelder im digitalen Umfeld.
- **Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz):**
Führungs- und Teamkompetenz, Präsentationstechniken, Selbstorganisation

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalt:

1. Course Introduction
2. Introduction into a changing economy
3. From Idea to Opportunity
4. Business Model Creation for digital ventures
5. Business Model Canvas Exercise
6. Agile thinking and organizations
7. Design Thinking Exercise
8. Big Data: Potential for new ventures
9. IoT technologies: Potential for new ventures
10. Foundations of the network Economy
11. The Sharing Economy
12. The Platform Economy: Basics & Key Elements

13. The Platform Economy: Launching a Platform
14. The Platform Economy: Platform Strategies
15. The Platform Business Model Canvas
16. Innovation- and Technology Strategies
17. Open Innovation

Internationalität (inhaltlich): Digital Venture Development ist aufgrund seiner thematischen Verortung sehr vom angelsächsischen Raum geprägt. Viele Theorien und Modelle haben ihren Ursprung in den USA, insbesondere im Umfeld der amerikanischen Gründer- und Technologieszene.

Lehrmaterial und Literatur:

Course Material and literature

Folienskript Ergänzende Literatur:

- Chesbrough, Henry: Open Innovation: The New Imperative for Creating And Profiting from Technology, Harvard Business Review Press, 2006.
- Christensen, Clayton: The Innovators Dilemma. Vahlen, 2011.
- Christensen, Clayton: The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth, Harvard Business Review Press, 2013.
- Evans/Schmalensee: Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms, Harvard Business Review Press, 2016
- Osterwalder/Pigneur: Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Wiley, 2010.
- Parker, G.G., Van Alstyne, M. & S.P. Choudary (2016): Platform Revolution, W.W. Norton #svhs#amp## Company, NY.
- Porter, E.M.; Heppelmann, J.E. (2014): How Smart, Connected Products Are Transforming Competition;
- Porter, E.M.; Heppelmann, J.E. (2015): How Smart, Connected Products Are Transforming Companies
- Ries, Eric: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Currency, 2017.
- Shapiro/Varian: Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, Harvard Business Review Press, 1998.

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – \$ 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	1. Projektarbeit in Teams (Gewichtung 60% der Gesamtnote) <ul style="list-style-type: none"> • 3-4 Personen, Teamfindung in der ersten Vorlesung • Ziel: Konzeption eines Digital Ventures • Zwei Zwischenpräsentationen (20 Minuten) während des Semesters • Eine Abschlusspräsentation (30 Minuten) als „Investoren Pitch“ am Ende des Semesters; Foliensatz dient als schriftliche Ausarbeitung 2. Mündliche Prüfung (Gewichtung 40% der Gesamtnote) Jede Teilleistung muss für sich bestanden werden (mit mind. 4,0). Alle Teilleistungen müssen im selben Semester erbracht werden.	Über die Teilleistungen werden die praktischen und theoretischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft einschl. der Kompetenzen zur Teamarbeit, Präsentation und kritischen Reflexion.

*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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Keine		Seminaristischer Unterricht, computergestützte Praxisbeispiele und Übungen, Fallstudien, Selbststudium, Übungen		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 47 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 103 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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				
<ul style="list-style-type: none"> 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				
<ul style="list-style-type: none"> 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)**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.

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
Weiden	Deutsch	1 Semester	Winter- und Sommersemester
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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Ggf. Einzelfallprüfung in anderen Studiengängen	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungsaufgaben, Kleingruppenarbeit	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	50 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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.			
<ul style="list-style-type: none"> 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: <ul style="list-style-type: none"> Möglichkeiten, Aufgaben und Interessensgruppen des Personalcontrollings Rechtliche und ethische Grenzen von Prozessen und Instrumenten Anwendungsorientierter Einsatz von Tools: <ul style="list-style-type: none"> 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO) 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.

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
	Deutsch	1 Semester	nur Wintersemester
Modulverantwortliche(r) Module Convenor		Dozent/in Professor / Lecturer	
MA, M.H.R. Simone Orłowski		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 Usability		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 Teilnehmendenzahl dies zulässt.		Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Simulationen, Projekte	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 60 h Leistungsnachweise: 30 h Prüfungsvorbereitung: 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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	M. Sc. Philipp Hermannsdörfer; Prof. Dr. Hermann Raab

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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	103 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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.

8.4 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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Keine	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten	Gesamtaufwand:	151 h
		Kontaktzeit:	47 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	104 h
		Leistungsnachweise:	0 h
		Prüfungsvorbereitung:	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 Kundennutzens
 - 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 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. 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
	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 Usability		Lehrform Teaching Methods	Workload
Keine		SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen	Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 60 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 60 h Leistungsnachweise: 30 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes			
<p>Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:</p> <p>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)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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: <ul style="list-style-type: none"> ○ 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: <ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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- und Sommersemester	20

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

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

Keine

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Grundlage für English for Psychology II	Seminaristischer Unterricht, Kleingruppenarbeit	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	30 h
		Prüfungsvorbereitung:	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

- Business Proficiency (20117), B2-C1, Klett

- Short, J. (2018). English for Psychology in Higher Education Studies. Garnet
- Diverse Psychologische Artikel und Forschungsberichte

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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): 50 % Task 2: Übungsleistung: Präsentation einer wissenschaftlichen Studie: 25% Task 3: Übungsleistung: Listening: 25%	Über die Klausur werden alle theoretischen Lerninhalte und Fachkompetenzen abgeprüft Über die ÜL werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft. 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.

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- und Sommersemester	20

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

Keine

Empfohlene Voraussetzungen:

English for Psychology I

Verwendbarkeit Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf Grundlage für English for Psychology II	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, Kleingruppenarbeit, Kurzpräsentation	Gesamtaufwand:	150 h
		Kontaktzeit:	60 h
		Web-Based-Training:	0 h
		Selbststudium:	60 h
		Leistungsnachweise:	30 h
		Prüfungsvorbereitung:	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: in den vier Kernkompetenzen Hörverstehen, Sprechen, Leseverstehen und Schreiben von Texten zu psychologischen und wirtschaftlichen Themen erzielen
- Methodenkompetenz: das sinnerfassende Lesen und Zusammenfassen von Texten aus psychologischen "peer reviewed" Journals und aus dem Wirtschaftsleben und das Präsentieren und freie Sprechen über psychologische und wirtschaftliche Themen
- Persönliche Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstkompetenz): besser im Team in der Fremdsprache zu interagieren

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Inhalte

- Memory
- Personality
- Modern addictions
- With the future in mind
- Vygotsky and Piaget
- Organizations
- HR
- Marketing

Lehrmaterial und Literatur:		
Course Material and literature		
Business Proficiency, (2017), B2-C1, Klett		
Short, J. (2018). English for Psychology in Higher Education Studies. Garnet		
Diverse Psychologische Artikel und Forschungsberichte		
Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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): 50 % Task 2: Übungsleistung: Präsentation einer wissenschaftlichen Studie: 25% Task 3: Übungsleistung: Listening: 25%	Über die Klausur werden alle theoretischen Lerninhalte und Fachkompetenzen abgeprüft Über die ÜL werden die praktischen Lerninhalte und Kompetenzprofile abgeprüft. 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.

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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Keine		SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen.		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 47 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 103 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 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: <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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
[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:

- Interesse an kreativen Prozessen
- Interesse an Künstlicher Intelligenz
- Grundverständnis digitaler Medienproduktion

Verwendbarkeit Usability	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: Web-Based-Training: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	150 h 60 h 0 h 90 h 0 h 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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. Je nach Aufgabenstellung können Teil-Ergebnisse während des Semesters als Leistungsnachweis gewertet werden. Die Bewertung erfolgt je nach Aufgabenstellung durch Präsentation, praktische Demonstration oder schriftliche Ausarbeitung. Einzelheiten werden zu Semesterbeginn bekanntgegeben.	Sämtliche Kompetenzen werden über die Modularbeit 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-Schlosser	Prof. Dr. Stephanie Abels-Schlosser; 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-Schlosser an. Nach bestandener Prüfung geben Sie die Notenbestätigung der VHB bei Prof. Dr. Abels-Schlosser ab. Die Note wird dann an das Prüfungsamt übertragen.

Verwendbarkeit Usability	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: Web-Based-Training: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	150 h 0 h 60 h 66 h 24 h 0 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 selbstsicheren Verhaltens 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.

Nach dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls "Lernen und Studieren (1+2)" verfügen die Studierenden über die folgenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen:

Lernziele und Kompetenzen:

- Lern- und Motivationstheorien: Verständnis grundlegender Motivationstheorien und die Fähigkeit, die eigenen Lernmotivationen zu reflektieren und die darauf einwirkenden Faktoren besser zu verstehen.
- Selbstmanagement: Kenntnis von Methoden zur Selbstorganisation und zum Selbstmanagement, einschließlich effektiver Zeitplanung und Stressbewältigung.
- Lernen und Aufmerksamkeit: Fähigkeit, die Bedeutung von Aktivierung und Umweltbedingungen für das Lernen zu erkennen und zu nutzen, um optimale Lernergebnisse zu erreichen.
- Lernprinzipien und Lernstrategien: Verständnis der grundlegenden Prozesse des Lernens und Vergessens sowie der Strategien, die zu erfolgreichem Lernen beitragen, einschließlich effektiver Zeitplanung und Pausengestaltung.
- Problemlösen: Kenntnis verschiedener Problemtypen und der Komponenten des Problemlösungsprozesses sowie Strategien zur Verbesserung der Problemlösefähigkeit.
- Kommunikation: Verständnis grundlegender Kommunikationsmodelle und der Umgang mit Kommunikationsstörungen, sowohl verbal als auch nonverbal, um Lernprozesse in sozialen Kontexten sinnvoll und effektiv zu gestalten.

Fachkompetenz:

- Lern- und Motivationstheorien: Vertiefte Kenntnisse der Theorien, die das Lernen und die Motivation beeinflussen, sowie die Anwendung dieser Theorien auf die eigene Lernpraxis.
- Selbstmanagement und Selbstorganisation: Beherrschung der Techniken und Methoden zur effektiven Selbstorganisation und zum Selbstmanagement, um den Lernalltag effizient zu gestalten.
- Lernumgebung: Fähigkeit, Arbeitsplatz und Lernumfeld so zu gestalten, dass sie optimale Lernergebnisse unterstützen.
- Lernstrategien: Kenntnis der Prozesse und Strategien, die das Lernen fördern und Lernhemmungen reduzieren.

Methodenkompetenz:

- Analyse und Anwendung von Lernstrategien: Fähigkeit zur Analyse und Anwendung verschiedener Lernstrategien, um den individuellen Lernprozess zu optimieren.
- Zeitmanagement: Effektive Planung und Strukturierung von Arbeitsphasen und Pausen, um die Lernzeit effizient zu nutzen.
- Problemlösungsstrategien: Anwendung von Methoden zur Identifikation und Lösung von Problemen im Lernkontext.

Persönliche Kompetenzen:

Sozialkompetenz:

- Kommunikation: Fähigkeit zur klaren und effektiven Kommunikation, um Lernprozesse im sozialen Kontext zu unterstützen und Kommunikationsstörungen zu vermeiden.
- Kooperation: Förderung der Zusammenarbeit mit anderen Studierenden, um gemeinsame Lernziele zu erreichen und voneinander zu lernen.

Selbstkompetenz:

- Eigenständiges Arbeiten: Fähigkeit, komplexe Themen eigenständig zu erarbeiten und sich kontinuierlich weiterzubilden.
- Selbstorganisation: Entwicklung der Fähigkeit zur selbstorganisierten Planung und Durchführung von Lernaktivitäten.
- Stressbewältigung: Methoden zur sinnvollen Bewältigung von Stress im Lernalltag.
- Selbstsicheres Verhalten: Entwicklung eines selbstsicheren Verhaltens im Umgang mit Lernanforderungen und -herausforderungen.

Inhalte der Lernveranstaltung / Internationalität:

Course Content

Teil 1 umfasst Grundtechniken im Bereich Lernen und Studieren.

Der Kursteil 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 Kursteil 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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	Die Studienarbeit setzt sich aus zwei Teilen zusammen, die jeweils mit 50 % gewichtet werden. Es muss zwingend ein benoteter Schein eingereicht werden. 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 Studienarbeit werden alle methodische und persönliche Kompetenzen abgeprüft. Der Fokus liegt auf praktischen Lerninhalten. Über die Zwischentests dienen als Feedback, die Erreichung der Lernstrategien und fachlichen Inhalte (Grundlagen, Konzepte und Anwendungsgebiete) der Veranstaltung zu monitoren.

*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 Usability	Lehrform Teaching Methods	Workload	
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf: Hochschulweite Verwendbarkeit: Anrechenbar in den Studiengängen - Angewandte Wirtschaftspsychologie (B) - Digital Business (B) - Logistik und Digitalisierung (B)	Interaktiver Unterricht mit vielfältigen rhetorischen Übungen der Teilnehmenden, Selbstkontrolle durch Aufzeichnungen einzelner Übungen	Gesamtaufwand: Kontaktzeit: Web-Based-Training: Selbststudium: Leistungsnachweise: Prüfungsvorbereitung:	150 h 60 h 0 h 90 h 0 h 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 zuhöregerechten Redekonzeptes und -manuskriptes, Erkennen der eigenen Stärken und Schwächen im Vortrag. Die Studierenden lernen, mit ihren Möglichkeiten eine professionelle Vorbereitung und einen überzeugenden Vortragstil 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:
<ul style="list-style-type: none"> • 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 – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 1

Statistics 1

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. Thorsten Hock			Prof. Dr. Christian Schieder	
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 Usability		Lehrform Teaching Methods		Workload
Keine		SU/Ü - Seminaristischer Unterricht mit Übungen		Gesamtaufwand: 150 h Kontaktzeit: 47 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 103 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes				
Beurteilung der Anwendungsmöglichkeit der verschiedenen statistischen Verfahren in der Praxis und Interpretation der Ergebnisse <ul style="list-style-type: none"> 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: <ul style="list-style-type: none"> Deskriptive Statistik <ul style="list-style-type: none"> Grundbegriffe Eindimensionale Häufigkeitsverteilungen Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen Messzahlen und Indizes Wahrscheinlichkeitstheorie <ul style="list-style-type: none"> 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
- Ergänzende Literatur:
 - Spiegelhalter, D., Die Kunst der Statistik, redline Verlag.
 - Schira, J., Statistische Methoden der VWL und BWL - Theorie und Praxis, Pearson Studium
 - Auer, B., Rottmann, H., WISU-Check-up Deskriptive und induktive Statistik, WISU 2017/11,

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)

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 Begründung: Das Multiple-Choice-Verfahren (MC) ist die einzige Prüfungsmethode, die es erlaubt, die Methodenkompetenz im Hinblick auf das Fach Statistik 1 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.	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.

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 Usability		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: 150 h Kontaktzeit: 40 h Web-Based-Training: 0 h Selbststudium: 110 h Leistungsnachweise: 0 h Prüfungsvorbereitung: 0 h
Lernziele / Qualifikationen des Moduls: Learning Outcomes				
<ul style="list-style-type: none"> 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				
<ul style="list-style-type: none"> Heister, W., Die Abschlussarbeit, Schäfer-Poeschel Skripte Prof. Dr. Hermann Raab, Thomas Schiller 				

Modulprüfung (ggf. Hinweis zu Multiple Choice – § 22 Abs. 1 S. 2 ASPO)		
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.

