

Veranstaltungen der WiSo-Fakultät

Information über das Studium des Wahlpflichtfaches zur forschungsorientierten Vertiefung „Wirtschaftspsychologie“ am Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie

Das Fach „Wirtschaftspsychologie“ kann von Studierenden der Psychologie als forschungsorientiertes Vertiefungsfach gewählt werden. Sie müssen dazu lediglich einen in unserem Sekretariat oder bei mir erhältlichen Antrag (Formblatt) ausfüllen und von einem unserer Fachvertreter unterschreiben lassen. Fachvertreter und wählbare Prüfer sind: Prof. Dr. G. Wiswede und Prof. Dr. L. Fischer. Hauptgegenstand der mündlichen Prüfung ist das Lehrbuch von G. Wiswede (2000): Einführung in die Wirtschaftspsychologie, 3. Aufl. München/Basel: Reinhardt. Als fachgebundener Leistungsnachweis für die Prüfungszulassung gilt die regelmäßige und erfolgreiche Teilnahme an einem wirtschaftspsychologischen Seminar. Ob dies in Form einer Klausur, eines Referats oder einer Hausarbeit geschehen kann, ist mit dem jeweiligen Dozenten der Veranstaltung zu klären.

In meiner Studienberatung sowie in unserem Sekretariat und auf unserer Homepage erhalten Sie ein erweitertes Merkblatt, in dem u.a. der Studienaufbau unseres Faches, die Leistungsanforderungen sowie die Bedingungen zur Anfertigung einer Diplomarbeit an unserem Institut ausgeführt werden. Dieses Merkblatt hängt auch in unserem Institutsschaukasten gegenüber dem HS 369 aus.

Weitere Informationen über das Lehr- und Prüfungsangebot unseres Institutes (z.B. ein Merkblatt zur mündlichen Prüfung) erhalten Sie auf unserer Homepage und in meiner Studienberatung während der üblichen Sprechstundenzeit. Achtung: Die Studienberatung hat zum 1.5.2001 gewechselt. Beachten Sie aktuelle Aushänge!

Dipl.-Psych. C. Dethloff	Tel.: 470-3764, claus.dethloff@uni-koeln.de
Sprechstunde: Di 14-15 h in R 356	Herbert-Lewin-Str. 2, 3. Etage
Institutshomepage	http://www.wiso.uni-koeln.de/wisopsy/

V Vorlesung: Einführung in die Sozial- und Wirtschaftspsychologie II (2-semesterig)
G. Wiswede

Mi 15.15 - 16.45
HL / HS 369
2std. / 6. Sem.

Beginn: 23.04.2003

Teilnahmebedingung: Studierende der Psychologie im Hauptstudium (für einen Überblick über das Gesamtgebiet des Wahlpflichtfaches „Wirtschaftspsychologie“)

Teilnahmebedingung Medienwissenschaften: Für Studierende der Medienwissenschaften offen.

Inhalt: Diese Vorlesung ist der zweite Teil einer „Einführung in die Sozial- und Wirtschaftspsychologie“, die sich insbesondere mit sozialen Interaktionen, Rollen, Konflikten und Gruppenprozessen beschäftigt. Anschließend werden Anwendungsbezüge zum wirtschaftlichen Bereich hergestellt. Interessenten, die an dieser Vorlesung teilnehmen wollen, ohne den ersten Teil gehört zu haben, sollten sich an Hand des Lehrbuches von Fischer und Wiswede (Teil I und II) mit der Thematik vertraut machen.

Basisliteratur: Fischer, L. & Wiswede, G. (2001): Grundlagen der Sozialpsychologie, München.

Leistungsnachweis: Der Erwerb eines Ln-Scheines ab SS 2003 setzt die Vorlage eines Teilnahmenachweises aus einer Veranstaltung „Einführung in die Sozial- und Wirtschaftspsychologie I“ oder „Einführung in die Sozial- und Wirtschaftspsychologie II“ voraus.

Ü Übung: Computergestützte Datenanalyse: Auswertung sozialwissenschaftlicher Untersuchungen Di 08.30 - 10.00
F. Bauske HL / R 360
2std. / 6. Sem.

Beginn: 22.04.2003

Teilnahmebedingung: Die Veranstaltung ist auf Studenten im Hauptstudium ausgerichtet, die in absehbarer Zeit eine empirische (Examens-)Arbeit beginnen möchten. Bezüglich der Programmierung sowie des Umgangs mit EDV-Anlagen werden keine Kenntnisse vorausgesetzt. Grundkenntnisse über statistische Auswertungsverfahren schaden nicht.

Teilnahmebedingung Medienwissenschaften: Für Studierende der Medienwissenschaften offen.

Inhalt: Lernziel ist der Erwerb der Fähigkeit, eine empirische Untersuchung – von der Entwicklung einer sozialwissenschaftlichen Fragestellung über die Konzeption eines Fragebogens bis zur Datenauswertung mittels Rechner – selbständig durchführen zu können. Es wird wie folgt vorgegangen: Am Anfang steht die Wahl eines Untersuchungsthemas und der Entwurf eines kurzen Fragebogens, anhand dessen die Übungsteilnehmer selbst Interviews durchführen. Die Daten werden dann auf einen Rechner übertragen. Parallel dazu wird die Programmierung mit SPSS (einem speziellen Datenanalyseprogramm für sozialwissenschaftliche Fragestellungen) auf PC vermittelt. Die Übung wird mit ersten Auszählungen der erhobenen Daten enden.

Basisliteratur: Die benötigten Arbeitsunterlagen werden in der Veranstaltung ausgegeben.

Leistungsnachweis: Für den Scheinerwerb ist die Teilnahme an der Datenerhebung und der Berichterstattung über das Forschungsprojekt sowie die Durchführung eigener Analysen Voraussetzung.

Ü Übung zur Vorlesung „Einführung in die Sozial- und Wirtschaftspsychologie I“: Wirtschaftliche Anwendungen Mi 13.30 - 15.00
H. Brand HL / HS 369
2std. / 6. Sem.

Beginn: 23.04.2003

Teilnahmebedingung: Studierende der Psychologie im Hauptstudium, die in diesen Bereichen Prüfungsschwerpunkte setzen wollen

Teilnahmebedingung Medienwissenschaften: Für Studierende der Medienwissenschaften offen.

Inhalt: In Anbindung an die vorgenannte Vorlesung sowie die nachstehend angeführte Basisliteratur soll an ausgewählten Beispielen verdeutlicht werden, dass die Schwerpunkt-Themen der Sozialpsychologie grundlegend sind für wirtschaftliche Anwendungen in den Bereichen Markt, Werbung und Konsum, Arbeit, Betrieb und Organisation sowie im Rahmen gesamtwirtschaftlicher Prozesse.

Basisliteratur: Fischer, L. & Wiswede, G. (2001). Grundlagen der Sozialpsychologie. München/Wien. Kroeber-Riel, W. & Weinberg, P. (1996). Konsumentenverhalten. München. Wiswede, G. (2000). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. München/Basel.

Leistungsnachweis: Nach Absprache ist durch Übernahme eines Referats der Erwerb eines (Teilnahme-)Scheins möglich.

S Methodik der empirischen Sozialforschung Di 13.30 - 15.00

Beginn: 22.04.2003

Teilnahmebedingung: Studierende der Psychologie im Hauptstudium, die ihr im Grundstudium erworbenes Methodenwissen auffrischen oder erweitern möchten.

Teilnahmebedingung Medienwissenschaften: Für Studierende der Medienwissenschaften offen.

Inhalt: Der Kurs vermittelt die wichtigsten Grundlagen der empirischen Sozialforschung. Gemäß neuer Prüfungsordnung wird der Stoff innerhalb eines Semesters vermittelt. Hieraus ergeben sich hohe Ansprüche an die Motivation der Teilnehmer, sich den Stoff durch Literaturstudium zum Teil selbst anzueignen. Eine genaue Gliederung wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.

Basisliteratur: Dieckmann, A. (1995). Empirische Sozialforschung. Reinbek: Rowohlt.

Leistungsnachweis: Studierende der Psychologie können hier keinen Schein erwerben.

S Markt - und Konsumpsychologie

C. Katzer

Di 13.30 - 15.00

HL / HS 369

2std. / 6. Sem.

Beginn: 22.04.2003

Teilnahmebedingung: Studierende der Psychologie im Hauptstudium.

Teilnahmebedingung Medienwissenschaften: Für Studierende der Medienwissenschaften offen.

Inhalt: Im Rahmen dieser Veranstaltung sollen anhand sozialpsychologischer Theorien Kenntnisse bezüglich des Konsumentenverhaltens und sinnvoller absatzpolitischer Techniken, Produktgestaltungen sowie Werbemaßnahmen vermittelt werden.

Basisliteratur: Wiswede, G. (2000): Einführung in die Wirtschaftspsychologie. Kroeber-Riel, W. & Weinberg, P. (1996): Konsumentenverhalten.

Leistungsnachweis: Es kann der Leistungsnachweis für das Wahlpflichtfach „Wirtschaftspsychologie“ erworben werden, der die Voraussetzung zur Prüfungsanmeldung bildet.

S Seminar: Werbepsychologie

T. Marchlewski

Do 13.30 - 15.00

HL / R 360

2std. / 6. Sem.

Beginn: 24.04.2003

Teilnahmebedingung: Studierende der Psychologie im Hauptstudium (für die Vorbereitung eines Schwerpunktthemas im Rahmen der mündlichen Prüfung im Fach „Wirtschaftspsychologie“).

Teilnahmebedingung Medienwissenschaften: Für Studierende der Medienwissenschaften offen.

Inhalt: Gegenstand der Werbung und Einbettung in die Marktpsychologie, Psychologie der Werbeempfänger (Wahrnehmungspsychologische Grundlagen, Motivation, Informationsverarbeitung und Entscheidung, Lernen und Gedächtnis, Einstellungspsychologische Grundlagen, Soziales Umfeld und Beeinflussung), Psychologie der Werbemittel (Formale Aspekte der Werbegestaltung, Inhaltliche Aspekte der Werbegestaltung, Psychologie der Werbewirkung, Werbewirkungsmodelle, Messung der Werbewirkung).

Basisliteratur: Felser, G. (1997): Werbe- und Konsumentenpsychologie. Stuttgart. Kroeber-Riel, W. (1988): Strategie und Technik der Werbung. Stuttgart. Mayer, H. & Illmann, T. (2000): Markt- und Werbepsychologie. Stuttgart. Moser, K. (1990): Werbepsychologie, München. Schenk, M. (1987): Medienwirkungsforschung. Tübingen.

Inhalt: Die Veranstaltung beschäftigt sich mit verschiedenen Aspekten der Kontrolle: 1. Soziale Kontrolle, d.h. die Frage, ob, warum und inwieweit Menschen durch soziale Kontrollinstanzen in ihrem Handeln geprägt und eingeschränkt werden. Dabei wird die Bedeutung sozialer Normen und Rollen für die Verhaltenssteuerung einbezogen. 2. Kognitive Kontrolle, d.h. die Überzeugung von Individuen, ihr Verhalten, ihr Erleben sowie die Umstände, die ihr Handeln mitbestimmen, steuern zu können. Dabei werden zahlreiche psychologische Konzepte behandelt, z.B. gelernte Hilflosigkeit/Sorglosigkeit, Reaktanz, locus of control, Handlungsregulierung und Handlungskontrolle, Kontrollillusion, Macht und Kontrolle, Selbstüberwachung, Impression Management, Selbstkontrolle.

Leistungsnachweis: Leistungsnachweis in Verbindung mit der Übung: Methodik der empirischen Sozialforschung



P **Praktikum: Planung, Durchführung und Auswertung einer wirtschafts- und sozialpsychologischen Untersuchung**
H. Brand

Fr 08.30 - 11.45
HL / HS 369
4std. / 6. Sem.

Beginn: 25.04.2003

Teilnahmebedingung: Diese Veranstaltung ist verpflichtend für Studierende der Psychologie, die an unserem Institut eine wirtschaftspsychologische Diplomarbeit anfertigen wollen, sofern sie nicht andere einschlägige Methodik-Veranstaltungen mit Anwendungsschwerpunkt besucht haben.

Teilnahmebedingung Medienwissenschaften: Für Studierende der Medienwissenschaften offen.

Inhalt: Im Rahmen des Praktikums soll eine empirische Untersuchung geplant, durchgeführt, datentechnisch ausgewertet und abschließend dokumentiert werden, die sich mit einer wirtschafts- und/oder sozialpsychologischen Fragestellung beschäftigt. Untersuchungsthema und Hypothesen werden im Rahmen der Veranstaltung gemeinsam erarbeitet. Jeder Teilnehmer wirkt an den Untersuchungsschritten (Planung, Durchführung und Auswertung) mit und verfasst einen eigenständigen Abschlussbericht. Eine regelmäßige Teilnahme an der Veranstaltung wird vorausgesetzt. Wünschenswert wäre es, wenn bereits zur konstituierenden Sitzung Themenvorschläge aus dem Teilnehmerkreis zur Diskussion gestellt werden könnten.

Basisliteratur: Dieckmann, A. (1995). Empirische Sozialforschung. Reinbeck. Rowohlt.

Leistungsnachweis: Bei regelmäßiger und aktiver Teilnahme sowie der Anfertigung eines Abschlussberichtes wird Ihnen ein „Praktikumszeugnis“ ausgestellt. Für Ihren späteren Werdegang wird Ihnen hiermit bescheinigt, dass Sie während Ihres Studiums nicht nur theoretisches Wissen in unserem Fachbereich gesammelt haben, sondern dass Sie darüber hinaus auch die Fähigkeit besitzen, dieses Wissen im Rahmen konkreter und anwendungsbezogener Problemstellungen anzuwenden.