



**UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN**

Universitätsbibliothek Paderborn

Kommentiertes Vorlesungsverzeichnis

**Universität Paderborn / Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Paderborn, WS 2002/03(2002) - SS 2004; damit Ersch. eingest.**

Arbeits- und Organisationspsychologie

urn:nbn:de:hbz:466:1-8685

willkommen. Die Vorlesung (2 SWS = 2 BP) ist zugeordnet der Vertiefungsrichtung der Theorie und Politik der Staatswirtschaft (Finanzwissenschaft). Sie kann stattdessen gewählt werden im Rahmen des Wahlpflichtfaches "Stadtökonomie und Stadtökologie" (dann wahlweise auch mit Vorbereitungsworkshop und Exkursion; zusammen 4 SWS = 4 BP).

Bonuspunkte: 2 BP für die Vorlesung

Literatur:

Semesterapparat;

Gliederung und ausführliche Literaturliste in der Veranstaltung.

Richardson, H.W.: Regional Growth Theory, London 1973.

Vanhove, N.; L.H. Klaasen: Regional Policy: A European Approach, 2nd ed., Avebury usw. 1987, Eberstein, H.H. (Hrsg.): Handbuch der regionalen Wirtschaftsförderung, Köln 1971.

Maier, G. und F. Tödtling: Regional- und Stadtökonomie, Bd. 1 und 2, Wien usw. 1995/96.

6. Wahlpflichtfach

Arbeits- und Organisationspsychologie

023004	Einführung in die Arbeitspsychologie				
SBpe,	V 2	Mi 14:00-16:00	H 2	Colin	
SIpm,					
Wao,					
Wper					

Art der Prüfung: Klausur

Kommentar:

Es werden die Beiträge der Psychologie zur Anpassung der Arbeit an menschliche Fähigkeiten und Fertigkeiten behandelt. Die Möglichkeiten der Gestaltung von Arbeitsanforderungen, Arbeitsabläufen und Arbeitsbedingungen unter Berücksichtigung der Besonderheiten menschlicher Leistungen und Leistungsgrenzen wird in folgenden Abschnitten dargestellt:

- Psychologische Beiträge zum Mensch-Maschine-System

- Gestaltung von Informationen und Informationsgebern
- Gestaltung von Arbeitsmitteln
- Gestaltung von Arbeitsabläufen/ Arbeitsstrukturierung
- Leistung, Ermüdung und Erholung
- Psychologische Aspekte des Arbeits- und Gesundheitsschutzes
- Einflüsse von Umgebungsbedingungen (an den Beispielen Licht und Lärm)

Literatur:

- Frieling, E. & Sonntag, K. (1999). Lehrbuch Arbeitspsychologie. Bern: Huber.
- Greif, S. (1997). Arbeits- und Organisationspsychologie. Weinheim: Beltz.
- Hoyos, C. Graf & Zimolong, B. (1990). Ingenieurpsychologie. Enzyklopädie der Psychologie. Göttingen: Hogrefe.
- Hoyos, C. Graf & Frey, D. (Hrsg.) (1999). Arbeits- und Organisationspsychologie. Weinheim: Beltz.
- Kleinbeck, U. & Rutenfranz, J. (1989). Arbeitspsychologie. Enzyklopädie der Psychologie. Göttingen: Hogrefe.

023030	Literaturstudium Lernen: Neuere Ergebnisse der Gehirnforschung
Wao	V 2 Fr 11:00-13:00 H 4.113 Colin

Art der Prüfung: Aktive

Kommentar:

Die Entwicklung bildgebender Verfahren in der Gehirnforschung hat zu neuen Erkenntnissen über menschliches Lernen geführt und zugleich lerntheoretische Konzepte der Psychologie bestätigt. Im Seminar wird der Forschungsstand anhand der Veröffentlichung von Spitzer (2002) bearbeitet.

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (20), Anmeldungen können sofort im Sekretariat der Psychologie, H 4.135 oder unter zinki@psycho.uni-paderborn.de erfolgen.

Literatur:

- Spitzer, M. (2002). Lernen: Gehirnforschung und die Schule des Lebens. Heidelberg: Spektrum, Akad. Verl.
- Posner, M. I. (1996). Bilder des Geistes: Hirnforscher auf den Spuren des Denkens. Heidelberg, Spektrum, Akad. Verl.

023040	Projektseminar: Gruppenprozesse und neue Medien		
Wao	V 2	Do 11:00-13:00	H 4.113/ Colin H 4.320

Art der Prüfung: Aktive Teilnahme an dem Projekt/Ausarbeitung

Kommentar:

Gruppenprozesse scheinen einen anderen Verlauf zu nehmen, wenn die übliche Face-to-Face-Kommunikation abgelöst wird durch Kommunikation mit neuen Medien. Man kann Vermutungen in zwei Richtungen anstellen: Computergestützte Kommunikation führt zu gleichmäßigerer Beteiligung aller (z.B. weil Gruppendruck entfällt) oder sie führt zu minderen Arbeitsergebnissen (z.B. weil die emotionale Beteiligung gering ist). Da Gruppenprozesse stark von der Aufgabenstellung geprägt sind, soll im Projektseminar experimentell der Einfluß von Kommunikationsart und Aufgabenart ermittelt werden.

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt (12), Anmeldungen können sofort im Sekretariat der Psychologie, H 4.135 oder unter zinki@psycho.uni-paderborn.de erfolgen.

Literatur:

- Die Literatur wird im Seminar bekannt gegeben

023230	Projekt: Betrieblich unterstützte Kinderbetreuung		
Wao	K 2	Fr 14:00-16:00	H 4.329 Sprenger

Art der Prüfung: Aktive Teilnahme und Referat / Hausarbeit

Kommentar:

Familienfreundliche Arbeitsbedingungen sind eine Voraussetzung für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Betrieblich unterstützte Kinderbetreuungsangebote sind dabei sowohl eine wichtige Maßnahme zur Verbesserung der Vereinbarkeit als auch eine Chance für Unternehmen, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen, zu halten und Ausfallzeiten zu vermeiden. Die Universität Paderborn ist in doppelter Hinsicht

betroffen, da neben den Beschäftigten sich auch Studierende mit der Vereinbarkeitsproblematik auseinandersetzen müssen.

Literatur:

- wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

023220	Einführung in die Werbepsychologie
Wao	V 2 Fr 09:00-11:00 H 4.113 Colin

Art der Prüfung: Aktive Teilnahme und Referat / Hausarbeit

Kommentar:

Theorien und Konzepte der Psychologie leisten Beiträge, um Werbestrategien zu entwickeln, umzusetzen und ihre Wirkung zu kontrollieren. In der Veranstaltung soll in Form von Referaten und Fallstudien aufgezeigt werden, welche Forschungsergebnisse und Forschungsmethoden dafür bereitgehalten werden

Literatur:

- Kroeber-Riel, W. & Meyer-Hentschel, G. (1982). Werbung: Steuerung des Konsumentenverhaltens. Würzburg: Physica-Verlag.
- Rosenstiel, L. v. & Kirsch, A. (1996). Psychologie in der Werbung. Rosenheim: Komar.
- Kroeber-Riel, W. (1994). Konsumentenforschung: gewidmet Werner Kroeber-Riel zum 60. Geburtstag. München: Vahlen.
- Kroeber-Riel, W. (2000). Strategie und Technik der Werbung: verhaltenswissenschaftliche Ansätze. Stuttgart: Kohlhammer.
- Mayer, H. & Illmann, T. (2000). Markt- und Werbepsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Neumann, P. (1999). Markt- und Werbepsychologie. Gräfelfing: Fachverl. Wirtschaftspsychologie.
- Moser, K. (1990). Werbepsychologie: eine Einführung. München: Psychologie-Ver.-Union.