

MODULHANDBUCH

Recruiter (IU)

Weiterbildung Recruiter (UPS-DPR)

n/a ECTS

Fernstudium

Klassifizierung: Diploma

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DLBWPPUB1: Personalpsychologie

Modulbeschreibung7

Kurs DLBWPPUB01: Personalpsychologie 9

Modul DLBWPPDIA: Psychologische Diagnostik

Modulbeschreibung13

Kurs DLBWPPDIA01: Psychologische Diagnostik 15

Modul BWAV1: Angewandter Vertrieb I

Modulbeschreibung21

Kurs BWAV01: Angewandter Vertrieb I 23

Modul DLBLOPS: Personal Skills

Modulbeschreibung27

Kurs DLBLOPS01: Personal Skills 29

1. Semester

Personalpsychologie

Modulcode: DLBWPPUB1

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	n/a	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Heike Schiebeck (Personalpsychologie)

Kurse im Modul

- Personalpsychologie (DLBWPPUB01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
<u>Studienformat: Fernstudium</u> Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Aufgaben und Herausforderungen der Personalpsychologie
- Anforderungsanalyse
- Mitarbeiterrekrutierung
- Personalmarketing und Employer Branding
- Personalauswahl
- Onboarding – Integration neuer Mitarbeiter
- Kompetenzmanagement und Personalentwicklung
- Leistungsbeurteilung
- Rechtliche Aspekte

Qualifikationsziele des Moduls

Personalpsychologie

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben und Prozesse einer modernen Personalpsychologie zu kennen und zu erläutern.
- die wichtigsten Theorien und Methoden im Bereich der Anforderungsanalyse, Mitarbeitergewinnung, Auswahl, Entwicklung und Beurteilung zu erklären.
- je nach Anforderungen und Setting passende Instrumente der Personalpsychologie zu erläutern, zu reflektieren, auszuwählen und einzusetzen.
- selbstständig passende Formate zur Beantwortung personalpsychologisch relevanter unternehmerischer Fragestellungen zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Psychologie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Personalpsychologie

Kurscode: DLBWPPUB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Aufgrund des technologischen Wandels benötigen Organisationen und Unternehmen immer mehr Mitarbeiter mit speziellen Kompetenzen, die zunehmend weniger in der erforderlichen Anzahl und Qualität verfügbar sind. Zudem bewerben sich diese auch nicht mehr von sich aus bei den Unternehmen. Der Personalbeschaffungsmarkt hat sich inzwischen von einem Arbeitgebermarkt zu einem Bewerbermarkt entwickelt. Um dennoch den Bedarf an Mitarbeitern zu decken, müssen Unternehmen zunehmend ungewöhnliche Wege gehen. Sie sind außerdem gefordert, eine Passung zwischen Position, Unternehmen und Mitarbeiter sicherzustellen. Hierfür sind Kenntnisse der Personalpsychologie ebenso unabdingbar wie Maßnahmen zur Entwicklung von erforderlichen Kompetenzen für den Unternehmenserfolg. Studierende lernen die gängigen Begriffe, theoretischen Ansätze und Methoden zur Überprüfung der Passung zwischen Bewerber/ Interessent und Arbeitsplatz ebenso kennen wie verschiedene Methoden zur Rekrutierung von neuen Mitarbeitern. Es wird darüber hinaus die Bedeutung und die Art der Integration von neuem Personal in der Organisation behandelt. Die Studierenden werden mit der Rolle und Funktion des Kompetenzmanagements als Grundlage für die Auswahl und für die Planung von Entwicklungsmaßnahmen vertraut gemacht. Instrumente zur Beurteilung von Handlungsergebnissen sowie rechtliche Rahmenbedingungen runden den Kurs ab. Nach Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage, den gesamten Zyklus eines Mitarbeiters im Unternehmen qualifiziert und kompetent zu initiieren, durchzuführen und zu betreuen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben und Prozesse einer modernen Personalpsychologie zu kennen und zu erläutern.
- die wichtigsten Theorien und Methoden im Bereich der Anforderungsanalyse, Mitarbeitergewinnung, Auswahl, Entwicklung und Beurteilung zu erklären.
- je nach Anforderungen und Setting passende Instrumente der Personalpsychologie zu erläutern, zu reflektieren, auszuwählen und einzusetzen.
- selbstständig passende Formate zur Beantwortung personalpsychologisch relevanter unternehmerischer Fragestellungen zu entwickeln.

Kursinhalt

1. Aufgaben und Herausforderungen der Personalpsychologie
 - 1.1 Marktdynamik und Technologiedynamik
 - 1.2 Organisationsdynamik und Wertedynamik
2. Anforderungsanalyse
 - 2.1 Definition und Ziele
 - 2.2 Methoden und Verfahren
 - 2.3 Stellenprofile
3. Mitarbeiterrekrutierung
 - 3.1 Definition und Methoden der Ansprache
 - 3.2 Quellen und Wege der Ansprache
4. Personalmarketing und Employer Branding
 - 4.1 Definition, Ziele und Personalmarketingmix
 - 4.2 Abgrenzung Personalmarketing versus Employer Branding
 - 4.3 Aufbau einer Arbeitgebermarke
 - 4.4 Bedeutung Employer Branding und Employer Branding-Strategie
5. Personalauswahl
 - 5.1 Prozess der Personalauswahl
 - 5.2 Gütekriterien
 - 5.3 Arten von Personalauswahlverfahren
6. Onboarding – Integration neuer Mitarbeiter
 - 6.1 Ziele und Nutzen
 - 6.2 Theoretische Grundlagen und Maßnahmen
7. Kompetenzmanagement und Personalentwicklung
 - 7.1 Gegenstandsbereiche und Werkzeuge des Kompetenzmanagements
 - 7.2 Diagnose des Entwicklungsbedarfs
 - 7.3 Entwicklungsmaßnahmen
 - 7.4 Transfersicherung
8. Leistungsbeurteilung
 - 8.1 Verhaltensbeurteilung und Feedbackkultur
 - 8.2 Mitarbeitergespräch

- | |
|-----------------------------|
| 9. Rechtliche Aspekte |
| 9.1 AGG |
| 9.2 Kündigung und Auflösung |
| 9.3 Arbeitszeugnisse |

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur
<ul style="list-style-type: none">▪ Arnold, H. (2016): Wir sind Chef. Wie eine unsichtbare Revolution. Haufe-Lexware, Freiburg.▪ Au, C. v. (Hrsg.) (2017): Auswahl und Onboarding von Führungspersönlichkeiten. Diagnose, Assessment und Integration. Springer, Wiesbaden.▪ Brenner, D. (2014): Onboarding. Als Führungskraft neue Mitarbeiter erfolgreich einarbeiten und integrieren. Springer Gabler, Wiesbaden.▪ Fischer, P. (2015): Neu im Chefsessel. Erfolgreich durch die ersten 100 Tage. Redline, München.▪ Kauffeld, S. (Hrsg.) (2014): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.▪ Lohaus, D./Habermann, W. (2016): Integrationsmanagement – Onboarding neuer Mitarbeiter. 2. Auflage, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.▪ Meifert, M. (Hrsg.) (2013): Strategische Personalentwicklung. Ein Programm in acht Etappen. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.▪ Nerdinger, F./Blickle, G./Schaper, N. (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. 3. Auflage, Springer, Berlin.▪ North, K./Reinhardt, K. (2005): Kompetenzmanagement in der Praxis. Mitarbeiterkompetenzen systematisch identifizieren, nutzen und entwickeln. Gabler, Wiesbaden.▪ Schiebeck, H. (2006): Strategische Weiterentwicklung der individuellen Kompetenzen von Key Account Managern. Ein wesentlicher Faktor für den Unternehmenserfolg in der Zukunft. Logos, Berlin.▪ Scholz, C. (2013): Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. 6. Auflage, Vahlen, München.▪ Schuler, H. (2014): Psychologische Personalauswahl. Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung. 4. Auflage, Hogrefe, Göttingen.▪ Schuler, H./Kanning, U. P. (Hrsg.) (2014): Lehrbuch der Personalpsychologie. 3. Auflage, Hogrefe, Göttingen.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Psychologische Diagnostik

Modulcode: DLBWPPDIA

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	ECTS n/a	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	--------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Tilman Hensch (Psychologische Diagnostik)

Kurse im Modul

- Psychologische Diagnostik (DLBWPPDIA01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in die Diagnostik
- Grundlagen diagnostischer Verfahren
- Messung psychischer Merkmale
- Gütekriterien diagnostischer Instrumente
- Diagnostische Urteile und Entscheidungen
- Beschaffung und Integration diagnostischer Daten
- Verfahren zur diagnostischen Messung psychometrischer Merkmale
- Das psychologische Gutachten

Qualifikationsziele des Moduls**Psychologische Diagnostik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele, Methoden und Instrumente der Psychologischen Diagnostik zu benennen.
- die Prinzipien der Testkonstruktion zu erklären.
- Bedeutung diagnostischer Gütekriterien einzuschätzen.
- Testverfahren und Fragebögen in Grundzügen zu entwickeln.
- ihre Kenntnisse zu Testverfahren und Fragebogenkonstruktion für die Eignungsdiagnostik und die Markt- bzw. Konsumentenforschung zu nutzen.
- die verschiedenen diagnostischen Verfahren zu unterscheiden und diese entsprechend der Fragestellung und des Settings auszuwählen, einzusetzen, auszuwerten und die Ergebnisse zu interpretieren.
- empirische Befunde zu analysieren und zu interpretieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Psychologie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Psychologische Diagnostik

Kurscode: DLBWPPDIA01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Vor dem Hintergrund des „War of Talents“ ist es im wirtschaftlichen Umfeld von besonderer Bedeutung, Stellen richtig zu besetzen und Mitarbeiter gezielt auf die für sie passenden Positionen zu setzen. Hierfür bilden diagnostische Kenntnisse die Grundlage. Sie stellen eine zentrale Differenzierung des Studiengangs gegenüber anderen Disziplinen dar. Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse über die theoretischen und methodischen Grundlagen der Psychologischen Diagnostik und lernen deren Anwendungsfelder kennen. Studierende sind in der Lage, entsprechend der Fragestellung psychometrische Testverfahren auszuwählen, zu beurteilen, anzuwenden und auszuwerten. Sie erwerben zudem die Fertigkeit, einzelne Teilschritte des diagnostischen Prozesses selbst zu entwerfen und deren Güte zu beurteilen. Es werden ausgewählte Testverfahren in den Bereichen Persönlichkeit, Leistung und zur Messung spezifischer psychologischer Konstrukte dargestellt. Darüber hinaus wird den Studierenden Wissen zur Erstellung und Interpretation von psychologischen Gutachten vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele, Methoden und Instrumente der Psychologischen Diagnostik zu benennen.
- die Prinzipien der Testkonstruktion zu erklären.
- Bedeutung diagnostischer Gütekriterien einzuschätzen.
- Testverfahren und Fragebögen in Grundzügen zu entwickeln.
- ihre Kenntnisse zu Testverfahren und Fragebogenkonstruktion für die Eignungsdiagnostik und die Markt- bzw. Konsumentenforschung zu nutzen.
- die verschiedenen diagnostischen Verfahren zu unterscheiden und diese entsprechend der Fragestellung und des Settings auszuwählen, einzusetzen, auszuwerten und die Ergebnisse zu interpretieren.
- empirische Befunde zu analysieren und zu interpretieren.

Kursinhalt

1. Einführung in die Diagnostik
 - 1.1 Definition, Aufgaben, Merkmale und Rahmenbedingungen
 - 1.2 Historie der psychologischen Diagnostik

2. Grundlagen diagnostischer Verfahren
 - 2.1 Voraussetzung und testtheoretische Basis
 - 2.2 Konstruktionsprinzipien
 - 2.3 Empirische Überprüfung des Testentwurfs
3. Gütekriterien diagnostischer Instrumente
 - 3.1 Hauptgütekriterien: Objektivität, Reliabilität und Validität
 - 3.2 Nebengütekriterien: Fairness, Ökonomie, Nützlichkeit und Akzeptanz
4. Testtheorien
 - 4.1 Klassische Testtheorie
 - 4.2 Probabilistische Testtheorie
5. Diagnostische Urteile und Entscheidungen
 - 5.1 Prozess der diagnostischen Urteilsbildung
 - 5.2 Diagnostische Beschreibungssysteme (DSM/ICD)
6. Beschaffung und Integration diagnostischer Daten
 - 6.1 Interview
 - 6.2 Verhaltensbeobachtung
 - 6.3 Fragebogen
 - 6.4 Projektive Verfahren
7. Psychometrische Testverfahren
 - 7.1 Leistungstests
 - 7.2 Persönlichkeitstests
 - 7.3 Messung spezieller Merkmale
8. Das psychologische Gutachten
 - 8.1 Definition und Auftrag
 - 8.2 Aufbau und Methode
 - 8.3 Ergebnisdarstellung und Stellungnahme

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Boerner, K. (2010): Das psychologische Gutachten. Ein praktischer Leitfaden. 8. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Fisseni, H.-J. (2004): Lehrbuch der psychologischen Diagnostik. Mit Hinweisen zur Intervention. 3. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Grubitzsch, S. (1991): Testtheorie, Testpraxis. Psychologische Tests und Prüfverfahren im kritischen Überblick. Klotz, Magdeburg.
- Krohne, H.-W./Hock, M. (2015): Psychologische Diagnostik. Grundlagen und Anwendungsfelder. 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
- Sarges, W. (Hrsg.) (2013): Management-Diagnostik. 4. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Sarges, W./Scheffer, D. (Hrsg.) (2008): Innovative Ansätze für die Eignungsdiagnostik. Hogrefe, Göttingen.
- Schmidt-Atzert, L./Amelang, M. (2012): Psychologische Diagnostik. 5. Auflage, Springer, Berlin.
- Schmitt, M./Gerstenberg, F. (2014): Psychologische Diagnostik kompakt. Beltz, Weinheim.
- Stemmler, G./Margraf-Stiksrud, J. (Hrsg.) (2015): Lehrbuch Psychologische Diagnostik. Huber, Bern.
- Westhoff, K./Kluck, M.-L. (2014): Psychologische Gutachten schreiben und beurteilen. 6. Auflage, Springer, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Vorlesung
---------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Angewandter Vertrieb I

Modulcode: BWAV1

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	n/a	150 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Patrick Geus (Angewandter Vertrieb I)

Kurse im Modul

- Angewandter Vertrieb I (BWAV01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen angewandten Vertriebs
- Das Vertriebssystem
- Persönlicher Verkauf
- Verkaufsplanung
- Neukundenakquisition
- Der Verkaufsbesuch
- Taktik der Gesprächsführung
- Verhandlungen führen
- Weitere Verkaufskanäle

Qualifikationsziele des Moduls**Angewandter Vertrieb I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.
- das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.
- einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.
- aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.
- den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.
- die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.
- die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Angewandter Vertrieb I

Kurscode: BWAV01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Die Anforderungen an ein verkäuferisches Denken wachsen jeden Tag. Eine globalisierte Nachfrage in Kombination mit hohem Wettbewerb erschwert es Unternehmen zusehends, im Kampf um den Kunden mitzuhalten. Gleichzeitig ist der Kunde immer besser informiert, während klassische Versorgungsmärkte gesättigt sind und Überkapazitäten existieren. Um in einem solchen Umfeld erfolgreich zu sein, ist verkäuferisches Denken und Handeln gefragt und gleichzeitig ein neuer Typus von Verkäufern gefordert. Im Rahmen des Kurses angewandter Vertrieb I (Einführung) werden die Teilnehmer mit den Grundbegriffen des angewandten Vertriebs vertraut gemacht. Sie erlernen die Systematiken der Vertriebsorganisation, setzen sich mit alternativen Vertriebswegen auseinander und lernen den dezidierten Planungsprozess im Vertrieb kennen. Abgerundet werden die Inhalte des Moduls durch zentrale Inhalte zur erfolgreichen Neukundenakquisition, wobei insbesondere das Augenmerk auf die Organisation und Durchführung der Kundenbesuche und der Gesprächs- und Verhandlungsführung gelegt werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.
- das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.
- einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.
- aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.
- den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.
- die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.
- die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des angewandten Vertriebs
 - 1.1 Aufgaben und Formen des angewandten Vertriebs
 - 1.2 Marketing als Basis des Vertriebs
 - 1.3 Vertrieb, Verkauf und andere Begriffe
 - 1.4 Vertrieb in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
2. Das Vertriebssystem
 - 2.1 Verkaufsformen
 - 2.2 Vertriebsorganisation
 - 2.3 Key-Account-Management
 - 2.4 Mehrkanalvertrieb
3. Persönlicher Verkauf
 - 3.1 Die „neuen Verkäufer“
 - 3.2 Anforderungen an Verkäuferpersönlichkeiten
 - 3.3 Der Key-Account-Manager
 - 3.4 Aufgabe von Vertriebsführungs Kräften
4. Verkaufsplanung
 - 4.1 Aufgaben und Ziele der Vertriebssteuerung
 - 4.2 Wettbewerbsbeobachtung im Rahmen der Vertriebssteuerung
 - 4.3 Potenzialanalysen und Umsatzplanungen
 - 4.4 Verkaufssteuerung und Besuchsstrategien
5. Neukundenakquise
 - 5.1 Identifikation von Neukundenpotenzialen
 - 5.2 Customer Relationship Management und Kundengewinnung
 - 5.3 Messen und Events
 - 5.4 Networking
6. Der Verkaufsbesuch
 - 6.1 Besuchsfrequenzen und Besuchsvorbereitung
 - 6.2 Besuchsdurchführung
 - 6.3 Besuchsberichte und Nachbereitung
 - 6.4 Nachbetreuung und Follow-up

7. Taktik der Gesprächsführung
 - 7.1 Strukturierte Gesprächsvorbereitung
 - 7.2 Zielorientierte Gesprächsführung: Das D.A.L.A.S-Modell
 - 7.3 Fragetechniken
8. Verhandlungen führen
 - 8.1 Psychologie des Verhandeln
 - 8.2 Verhandlungsaufbau
 - 8.3 Einwandbehandlung
 - 8.4 Preisverhandlungen
9. Weitere Verkaufskanäle
 - 9.1 Telefonverkauf
 - 9.2 Katalog- und Prospektverkauf
 - 9.3 Internet und E-Commerce

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Dannenberg, H./Zupancic, D. (2010): Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Eicher, H. (2006): Die geheimen Spielregeln im Verkauf. Wissen, wie der Kunde tickt. Campus, Frankfurt a. M.
- Herndl, K. (2014): Führen im Vertrieb. So unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter direkt und konsequent. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Limbeck, M. (2016): Das neue Hardselling. Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schneider, W./Henning, A. (2008): Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb. Das Marketing-Cockpit von A – Z. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Winkelmann, P. (2012): Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Personal Skills

Modulcode: DLBLOPS

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	ECTS n/a	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	--------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Angela Rohde (Personal Skills)

Kurse im Modul

- Personal Skills (DLBLOPS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit & Präsentation (best. / nicht best.)

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit & Präsentation (best. / nicht best.)

Studienformat: myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit & Präsentation (best. / nicht best.)

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Werte und Wertewandel
- Persönlichkeit – Konzepte, Merkmale und Erfassungsansätze
- Kompetenzen – Konzepte, Messung und Standards
- Neurophysiologische Grundlagen des Lernens
- Kommunikation – betriebliche Kommunikation, Modelle und Gesprächstechniken
- Konfliktmanagement und Verhandlungsstrategien

Qualifikationsziele des Moduls**Personal Skills**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Modelle zur Erklärung von Werthaltungen und Wertewandel zu erläutern.
- Persönlichkeitsmerkmale zu unterscheiden und Erfassungsansätze von Persönlichkeit zu erklären und voneinander zu unterscheiden. Die theoretischen Kenntnisse befähigen die Studierenden, ihre persönlichen Stärken zu identifizieren und den Nutzen derselben für ihr berufliches Leben zu erkennen.
- Kompetenzmodelle sowie Methoden und Instrumente zur Ermittlung von Kompetenzen zu benennen.
- zwischen Persönlichkeitseigenschaften und Kompetenzen zu differenzieren. Sie sind außerdem mit Ansätzen zum betrieblichen Kompetenzmanagement vertraut.
- die neurophysiologische Sicht auf das Lernen sowie Kenntnisse zu Lernhemmnissen dazu zu nutzen, eigene Lerngewohnheiten und -erfahrungen zu reflektieren und potentielle Verbesserungsmöglichkeiten für zukünftige Lernsituation zu identifizieren.
- betriebliche Konflikte zu erkennen und zu analysieren. Sie haben außerdem Methoden der betrieblichen Konfliktlösung verinnerlicht.
- ihre eigenen Persönlichkeitsmerkmale, sozialen und beruflichen Kompetenzen sowie ihre Lern-, Kommunikations- und Konfliktlösungsstrategien einzuschätzen und daraus resultierende Chancen für ihr Berufsleben zu identifizieren.
- eine selbstgewählte Fragestellung aus dem Themengebiet „Personal Skills“ unter Einhaltung wissenschaftlicher Standards selbstständig zu bearbeiten und zu verschriftlichen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Psychologie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Personal Skills

Kurscode: DLBLOPS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		n/a	keine

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden lernen wichtige soziale Kompetenzen kennen und bekommen einen Überblick über aktuelle Entwicklungen in Forschung und Wissenschaft. Sie erkennen die Bedeutung sozialer Kompetenzen nicht nur für sich selbst, sondern auch im berufsalitäglichen Umfeld. Sie haben damit die Möglichkeit, sich ein persönliches Kompetenzprofil aufzubauen, das fachliche, methodische und soziale Themen beinhaltet. Mit diesem Modul wird der gestiegenen Bedeutung sozialer Kompetenzen in der Arbeitswelt Rechnung getragen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Modelle zur Erklärung von Werthaltungen und Wertewandel zu erläutern.
- Persönlichkeitsmerkmale zu unterscheiden und Erfassungsansätze von Persönlichkeit zu erklären und voneinander zu unterscheiden. Die theoretischen Kenntnisse befähigen die Studierenden, ihre persönlichen Stärken zu identifizieren und den Nutzen derselben für ihr berufliches Leben zu erkennen.
- Kompetenzmodelle sowie Methoden und Instrumente zur Ermittlung von Kompetenzen zu benennen.
- zwischen Persönlichkeitseigenschaften und Kompetenzen zu differenzieren. Sie sind außerdem mit Ansätzen zum betrieblichen Kompetenzmanagement vertraut.
- die neurophysiologische Sicht auf das Lernen sowie Kenntnisse zu Lernhemnissen dazu zu nutzen, eigene Lerngewohnheiten und -erfahrungen zu reflektieren und potentielle Verbesserungsmöglichkeiten für zukünftige Lernsituation zu identifizieren.
- betriebliche Konflikte zu erkennen und zu analysieren. Sie haben außerdem Methoden der betrieblichen Konfliktlösung verinnerlicht.
- ihre eigenen Persönlichkeitsmerkmale, sozialen und beruflichen Kompetenzen sowie ihre Lern-, Kommunikations- und Konfliktlösungsstrategien einzuschätzen und daraus resultierende Chancen für ihr Berufsleben zu identifizieren.
- eine selbstgewählte Fragestellung aus dem Themengebiet „Personal Skills“ unter Einhaltung wissenschaftlicher Standards selbstständig zu bearbeiten und zu verschriftlichen.

Kursinhalt

1. Werte und Wertewandel
 - 1.1 Modelle des Wertewandels
 - 1.2 Erklärungsmuster des Wertewandels
 - 1.3 Werte und Wertewandel der Generation Y
2. Persönlichkeit
 - 2.1 Persönlichkeitskonzepte
 - 2.2 Persönlichkeitsmerkmale
 - 2.3 Erfassungsansätze von Persönlichkeit
3. Kompetenzen
 - 3.1 Konzepte persönlicher und sozialer Kompetenzen
 - 3.2 Messung von Kompetenzen
 - 3.3 Kompetenz- und Wissensmanagement
4. Lernen aus neurophysiologischer Sicht
 - 4.1 Anatomische Grundlagen der Neurophysiologie und
 - 4.2 Hirnforschung
 - 4.3 Die neurophysiologische Sicht auf das Lernen
 - 4.4 Einflussfaktoren, Lerntypen und effizientes Lernsetting
5. Kommunikation
 - 5.1 Kommunikation in der Unternehmenspraxis
 - 5.2 Kommunikationsmodelle
 - 5.3 Kommunikationsfördernde Gesprächstechniken
 - 5.4 Networking
6. Konfliktmanagement und Verhandlungsstrategien
 - 6.1 Konflikte und Konfliktmanagement
 - 6.2 Verhandlungsstrategien

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Birker, K. (2004): Betriebliche Kommunikation. 3. Auflage, Cornelsen, Berlin.
- Bruno, T./Adamczyk, G./Bilinski, W. (2014): Körpersprache und Rhetorik. Ihr souveräner Auftritt. 2. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Fetting, M. (2009): Theorien und Konzepte der Public Relations. Öffentlichkeitsarbeit und interne Unternehmenskommunikation als Erfolgsfaktoren im Betrieb. Books on Demand, Norderstedt.
- Fritsche, T. (2016): Souverän verhandeln. Psychologische Strategien und Methoden. Mit 20 Übungen zum Selbstlernen. 2. Auflage, Hogrefe, Bern.
- Gay, F. (2004): Das persolog Persönlichkeits-Profil. Persönliche Stärke ist kein Zufall. GABAL/persolog, Remchingen.
- Jiranek, H./Edmüller, A. (2007): Konfliktmanagement. Konflikten vorbeugen, sie erkennen und lösen. Haufe, Planegg.
- Kanning, U.-P. (2015): Soziale Kompetenzen fördern. 2. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Niermeyer, R. (2006): Soft Skills. Das Kienbaum Trainingsprogramm. Haufe, München.
- Olfert, K. (2012): Personalwirtschaft Kompakt-Training. 8. Auflage, Kiehl, Herne.
- Riedenauer, M./Tschirf, A. (2012): Zeitmanagement und Selbstorganisation in der Wissenschaft. Ein selbstbestimmtes Leben in Balance. UTB, Wien.
- Roth, G. (2016): Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten. Warum es so schwierig ist, sich und andere zu ändern. 11. Auflage, Klett-Cotta, Stuttgart.
- Saum-Aldehoff, T. (2007): Big Five. Sich selbst und andere erkennen. Patmos, Düsseldorf 2007.
- Wicher, U. (2015): Managementkompetenzen. Kiehl, Herne.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit & Präsentation (best. / nicht best.)

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit & Präsentation (best. / nicht best.)

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Vorlesung
---------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit & Präsentation (best. / nicht best.)

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien