



Angewandte Wirtschaftspsychologie

Ralf Brinkmann (Hrsg.)

Angewandte Wirtschaftspsychologie

Ralf Brinkmann (Hrsg.)

Angewandte Wirtschaftspsychologie - PDF

Inhaltsverzeichnis

Angewandte Wirtschaftspsychologie

Impressum

Übersicht

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Teil 1 - Grundlagen

Kapitel 1 - Die Entwicklung der Wirtschaftspsychologie

1.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

1.2 Einführung

1.2.1 Angewandte Wirtschaftspsychologie

1.2.2 Die Geschichte der Wirtschaftspsychologie

1.2.3 Teildisziplinen der Wirtschaftspsychologie

Kapitel 2 - Theorien der Arbeits-, Organisations- und Marktpsychologie

2.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

2.2 Einführung

2.3 Motivationstheorien

2.3.1 Physiologisch orientierte Theorien: Aktivations- und Emotionstheorien

2.3.2 Inhaltstheorien der Motivation

2.3.3 Prozesstheorien der Motivation

2.3.4 Lerntheorien

2.3.5 Prospect-Theorie

2.4 Kognitionstheorien

2.4.1 Konsistenztheorien

2.4.2 Hypothesen- und Einstellungstheorien

2.4.3 Attributionstheorien

2.4.4 Kontrolltheorien

2.4.5 Reaktanztheorie

2.4.6 Informationsverarbeitungstheorien

2.4.7 Handlungstheorien

2.5 Interaktionstheorien

2.5.1 Austauschtheorien und Gerechtigkeitstheorien

2.5.2 Rollentheorien

2.5.3 Theorien zum Gruppeneinfluss

2.5.4 Theorien sozialer Identität

Kapitel 3 - Methoden der Wirtschaftspsychologie

3.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

3.2 Einführung

3.3 Methoden der Datengewinnung

3.3.1 Messen und Skalenniveau

3.3.2 Variablen

3.3.3 Hypothesen

Inhaltsverzeichnis

3.3.4 Der Forschungsprozess

3.3.5 Anmerkung zum Studiendesign

3.3.6 Methoden der Datenerhebung

3.4 Verfahren zur Datenanalyse

3.4.1 Überblick über die behandelten Verfahren

3.4.2 Deskriptive Statistik

3.4.3 Inferenzstatistik

3.4.4 Die Analyse von Häufigkeiten

3.4.5 Die Prüfung von Verteilungsannahmen

3.4.6 Korrelationen: das Prüfen von Zusammenhangshypothesen

3.4.7 Vergleich von Gruppen hinsichtlich einer numerischen abhängigen Variablen

3.5 Multiple Regression

3.5.1 Hintergrund

3.5.2 Verfahren

3.5.3 Anwendungsbeispiel zur multiplen Regression

3.5.4 Gemeinsamkeiten mit der Varianzanalyse

3.6 Weitere Verfahren zur Datenanalyse

Teil 2 - Der Mensch in Organisationen

Kapitel 4 - Demografischer Wandel

4.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

4.2 Einführung

4.3 Der demografische Wandel und seine Auswirkungen

4.4 Jüngere Arbeitnehmer: Was ist dran an der „Generation Y“?

4.4.1 Berufsorientierung und Arbeitsplatzwartungen

4.4.2 Arbeitsstress und Erholungsverhalten der Generation Y

4.5 Ältere Arbeitnehmer: alte Hasen oder altes Eisen?

4.5.1 Fakten zu geistigen Alternsprozessen

4.5.2 Fakten zum Krankenstand

4.5.3 Fakten zu Arbeitsmotivation und Arbeitsengagement

4.6 Zusammensetzung und Führung von altersheterogenen Arbeitsgruppen

4.6.1 Sind altersheterogene Arbeitsgruppen altershomogenen überlegen?

4.6.2 Führung älterer Mitarbeiter

4.7 Handlungsbedarf und -felder für die Unternehmen

4.8 Anwendungsbeispiel

Kapitel 5 - Personalsuche

5.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

5.2 Einführung

5.3 Anforderungsanalyse

5.4 Methoden der Personalsuche

5.5 Rechtliche Aspekte

5.6 Anwendungsbeispiel

Kapitel 6 - Personalauswahl

6.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

6.2 Einführung

Inhaltsverzeichnis

- 6.3 Die Bedeutung von Personalauswahl
- 6.4 Personalvorauswahl
- 6.5 Einsatz von Auswahlinterviews
- 6.6 Eigenschaftsorientierte Verfahren
 - 6.6.1 Einsatz von Leistungstests
 - 6.6.2 Einsatz von Persönlichkeitstests
- 6.7 Verhaltensorientierte Verfahren
 - 6.7.1 Assessment-Center (AC)
- 6.8 Webbasierte Auswahlverfahren
 - 6.8.1 Rahmenbedingungen
 - 6.8.2 Technische Voraussetzungen und Zugriffsmöglichkeiten
 - 6.8.3 Schutz und Sicherheit der Testinhalte und Daten
 - 6.8.4 Webbasierte Anwendung von Testverfahren
 - 6.8.5 Zusammenfassung und Ausblick
- 6.9 Qualitätsanforderungen an Auswahlverfahren
- 6.10 Anwendungsbeispiel

Kapitel 7 - Integration neuer Mitarbeiter

- 7.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 7.2 Einführung
- 7.3 Definitionen und weitere Begrifflichkeiten
- 7.4 Probleme bei der Integration neuer Mitarbeiter
 - 7.4.1 Fehlgeleitete Erwartungen
 - 7.4.2 Rollenkonflikte
 - 7.4.3 Führungsdefizite
- 7.5 Ein Modell zur Integration neuer Mitarbeiter
 - 7.5.1 Informationsseminar für neue Mitarbeiter
 - 7.5.2 Informationsbroschüre
 - 7.5.3 Mentoring
 - 7.5.4 Onboardingworkshop für Vorgesetzte
 - 7.5.5 Checkliste für Vorgesetzte
 - 7.5.6 Informelle Gespräche
 - 7.5.7 Come Together Events
- 7.6 Anwendungsbeispiel
 - 7.6.1 Vor dem ersten Arbeitstag
 - 7.6.2 Der erste Arbeitstag
 - 7.6.3 2. Tag bis Ende der Probezeit

Kapitel 8 - Personalentwicklung

- 8.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 8.2 Einführung
- 8.3 Grundlagen, Begriffe und Definitionen
- 8.4 Ziele von Personalentwicklung
- 8.5 Ansätze
 - 8.5.1 Kompetenzentwicklung im Fokus
 - 8.5.2 Passung von Mensch und Tätigkeit

Inhaltsverzeichnis

- 8.6 Konzeption von PE-Programmen
- 8.7 Ermittlung des PE-Bedarfs
- 8.8 Entwicklung von Interventionen
- 8.9 Durchführung von Personalentwicklungsmaßnahmen
 - 8.9.1 Formen und Formate der PE
 - 8.9.2 Methoden und Techniken der PE
- 8.10 Die Evaluation von Personalentwicklung
- 8.11 Personalentwicklung für Führungskräfte
- 8.12 Fazit, Ausblick und Herausforderungen
- 8.13 Anwendungsbeispiel

Kapitel 9 - Teamarbeit und Teamentwicklung

- 9.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 9.2 Einführung
- 9.3 Grundlagen und Definitionen
 - 9.3.1 Was ist eine Arbeitsgruppe, was ein Team?
 - 9.3.2 Was macht nun ein Team aus?
- 9.4 Teams in Unternehmen
 - 9.4.1 Beziehungen zwischen Teams
 - 9.4.2 Teamidentität
- 9.5 Zur Historie der Gruppen-/Teamforschung
- 9.6 Die Psychologie von Teams
 - 9.6.1 Entwicklungsphasen von Teams
- 9.7 Gruppendynamik
 - 9.7.1 Leistungsvorteile von Teams
 - 9.7.2 Rollen in Teams
- 9.8 Formen von Teamarbeit
 - 9.8.1 Projektteams
 - 9.8.2 Problemlöseteams
 - 9.8.3 Cross-Functional-Teams
 - 9.8.4 Virtuelle Teams
 - 9.8.5 Teilautonome Teams
 - 9.8.6 Multikulturelle Teams
 - 9.8.7 Führungsteams
- 9.9 Erfolgsfaktoren von Teamarbeit
 - 9.9.1 Kommunikation
 - 9.9.2 Struktur
- 9.10 Teamgröße
- 9.11 Hindernisse erfolgreicher Teamarbeit
 - 9.11.1 Konflikte im Team
 - 9.11.2 Trittbrettfahrer
 - 9.11.3 Teamnormen und Konformitätsdruck
 - 9.11.4 Dominanz des „Wir-Gefühls“
- 9.12 Das Führen von Teams
 - 9.12.1 Team-Coaching

Inhaltsverzeichnis

9.13 Teamentwicklung

- 9.13.1 Anlässe für eine Teamentwicklung
- 9.13.2 Zielsetzungen von Teamentwicklung

9.14 Anwendungsbeispiel

- 9.14.1 Teamentwicklung
- 9.14.2 Erster Seminartag
- 9.14.3 Zweiter Seminartag
- 9.14.4 Dritter Seminartag

Kapitel 10 - Coaching

10.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

10.2 Einführung

10.3 Zum Begriff „Coaching“

10.4 Die Entwicklung des Coaching

10.5 Formen des Coaching

- 10.5.1 Einzel-Coaching
- 10.5.2 Gruppen- oder Team-Coaching
- 10.5.3 Projekt-Coaching

10.6 Interner versus externer Coach

- 10.6.1 Coaching durch einen organisationsinternen Coach
- 10.6.2 Interner Coach
- 10.6.3 Externer Coach

10.7 Abgrenzungen der Interventionsformen im Rahmen der Organisations- und Personalentwicklung

- 10.7.1 Mentoring
- 10.7.2 Supervision
- 10.7.3 Training
- 10.7.4 Kollegiale Beratung (Intervision)

10.8 Abgrenzung zur Psychotherapie

10.9 Grenzen und Gefahren von Coaching

10.10 Grundlagen eines effektiven Coaching- Prozesses

- 10.10.1 Das Umfeld des Coaching-Gesprächs
- 10.10.2 Fähigkeiten eines Coachs

10.11 Phasen des Coaching-Prozesses

10.12 Anwendungsbeispiel

- 10.12.1 Ganzheitliches Führen und Coaching
- 10.12.2 Mitarbeiter-Coaching durch die Führungskraft
- 10.12.3 Potenzielle Rollenkonflikte für die Führungskraft
- 10.12.4 Der Reifegrad des Mitarbeiters
- 10.12.5 Die vier Coaching-Stile
- 10.12.6 Hilfsmittel zur Umsetzung
- 10.12.7 Die Einführung neuer Mitarbeiter
- 10.12.8 Coaching als Hilfestellung bei der Zielerreichung

Kapitel 11 - Kollegiale Beratung

11.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

11.2 Einführung

Inhaltsverzeichnis

- 11.3 Die Methode und ihre Anwendung
- 11.4 Abgrenzung von anderen Beratungsmethoden
- 11.5 Zielsetzungen und postulierte Effekte
- 11.6 Wirkt die kollegiale Beratung? Empirischer Forschungsstand
 - 11.6.1 Wirksamkeitsforschung im deutschsprachigen Raum
 - 11.6.2 Internationaler Forschungsstand
- 11.7 Anwendungsbeispiel
 - 11.7.1 Kollegiale Beratung in der psychiatrischen Krankenpflege
 - 11.7.2 Evaluation des Beratungsprojektes
 - 11.7.3 Zentrale Ergebnisse

Kapitel 12 - Diversity Management

- 12.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 12.2 Einführung
- 12.3 Diversity Management – Begrifflichkeiten und Ansätze
 - 12.3.1 Begriff und Dimensionen von Diversity
 - 12.3.2 Der Diversity Management Ansatz
 - 12.3.3 Diversity Management und Organisationskultur
- 12.4 Die Verbreitung von Diversity Management
- 12.5 Anwendungsbeispiel

Kapitel 13 - Arbeitsgestaltung

- 13.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 13.2 Einführung
- 13.3 Arbeitstätigkeit: Begriffe und theoretischer Hintergrund
- 13.4 Ziele und Ansätze der Arbeitsgestaltung
 - 13.4.1 Bedingungsbezogene Arbeitsgestaltung
 - 13.4.2 Personenbezogene Arbeitsgestaltung
- 13.5 Anwendungsbeispiel

Kapitel 14 - Psychologie sicheren Handelns bei der Arbeit

- 14.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 14.2 Einführung
- 14.3 Grundlagen und Begriffe
- 14.4 Theorien und Ansätze zur Psychologie sicheren Handelns
 - 14.4.1 Organisationale Einflussfaktoren
 - 14.4.2 Soziale Einflussfaktoren
 - 14.4.3 Individuelle Einflussfaktoren
 - 14.4.4 Psychologische Theorien fehlerhaften Handelns
 - 14.4.5 Förderung sicheren Handelns
- 14.5 Anwendungsbeispiel

Teil 3 - Die Gestaltung von Organisationen

Kapitel 15 - Organisationskultur

- 15.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 15.2 Einführung
- 15.3 Funktionen der Organisationskultur

Inhaltsverzeichnis

- 15.4 Organisationskultur als Konzept
- 15.5 Modelle der Organisationskultur
 - 15.5.1 Typologisierungsmodelle
 - 15.5.2 Typisierung nach Deal und Kennedy
 - 15.5.3 Ebenenmodelle
 - 15.5.4 Kreismodelle
- 15.6 Gestaltbarkeit und Wandel von Organisationskulturen
- 15.7 Anwendungsbeispiel
- 15.8 Kulturwandel in vier Phasen

Kapitel 16 - Unternehmensethik

- 16.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 16.2 Problemstellung
- 16.3 Einführung
- 16.4 Abgrenzungen
- 16.5 Grundlagen und Begriffe
- 16.6 Anwendungsbeispiel

Kapitel 17 - Organisationsentwicklung

- 17.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 17.2 Einführung
- 17.3 Grundlagen, Definitionen und Abgrenzungen
- 17.4 Geschichte bzw. Wurzeln der Organisationsentwicklung
 - 17.4.1 Laboratoriumsmethode
 - 17.4.2 Survey Feedback bzw. Aktionsforschung
 - 17.4.3 Soziotechnischer Systemansatz
- 17.5 Ansätze von Organisationsentwicklung
- 17.6 Ablauf von Organisationsentwicklung und Erfolgsfaktoren
- 17.7 Veränderungsverlauf und Widerstände
- 17.8 Anwendungsbeispiel

Teil 4 - Der Mensch als Marktteilnehmer

Kapitel 18 - Konsumentenverhalten

- 18.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet
- 18.2 Einführung
- 18.3 Perspektiven des Konsumentenverhaltens zwischen Marktpsychologie und Marketing
 - 18.3.1 Konsumentenverhalten aus der Sicht der Psychologie und der Betriebswirtschaftslehre
 - 18.3.2 Psychologie in den Marketingbereichen Produkt, Preis, Vertrieb und Kommunikation
 - 18.3.3 Marketing-Mix im Marketing-Modell des Konsumentenverhaltens
- 18.4 Grundlagen und Definitionen
 - 18.4.1 Menschenbilder
 - 18.4.2 Ökologische Perspektive
- 18.5 Theorien der Psychologie und deren Anwendung in der Marktpsychologie

Inhaltsverzeichnis

18.5.1 Theorien und Modelle zur Motivation und Emotion des Konsumenten

18.5.2 Theorien und Modelle zur Kognition des Konsumenten

18.5.3 Theorien und Modelle zur Interaktion des Konsumenten

18.6 Allgemeine und spezifische Modelle des Konsumentenverhaltens

18.6.1 Allgemeine markt- und werbepsychologische Modelle

18.6.2 Spezifische Werbewirkungsmodelle

18.7 Ausgewählte Aspekte des Konsumentenverhaltens

18.7.1 Werben und Konsumieren

18.7.2 Kaufentscheidung und Kaufentscheidungsprozess

18.7.3 Kundenbeziehung, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung

18.7.4 Verbraucherschutz und -recht

18.7.5 Konsumieren und Sucht

18.8 Anwendungsbeispiel

Kapitel 19 - Psychologische Marktforschung

19.1 Was Sie in diesem Kapitel erwartet

19.2 Einführung

19.3 Grundlagen und Definitionen

19.4 Psychologische Marktforschung

19.5 Untersuchungsmethoden der psychologischen Marktforschung

19.5.1 Untersuchungsmethoden im Bereich der Umwelt

19.5.2 Untersuchungsmethoden im Bereich der Person

19.5.3 Untersuchungsmethoden im Bereich Verhalten und Verhaltensergebnisse

19.6 Psychologische Marktforschung im Marketing, rechtliche und ethische Aspekte

19.7 Anwendungsbeispiel

19.7.1 Untersuchungs-, Auswertungsmethoden und Ablauf einer Marktforschungsstudie in der Praxis

19.7.2 Ein Marktforschungsprojekt der Firma Drill GmbH

Glossar

Gesamtliteraturverzeichnis

Autorenverzeichnis

Register

Copyright

Copyright

Daten, Texte, Design und Grafiken dieses eBooks, sowie die eventuell angebotenen eBook-Zusatzdaten sind urheberrechtlich geschützt. Dieses eBook stellen wir lediglich als **persönliche Einzelplatz-Lizenz** zur Verfügung!

Jede andere Verwendung dieses eBooks oder zugehöriger Materialien und Informationen, einschließlich

- der Reproduktion,
- der Weitergabe,
- des Weitervertriebs,
- der Platzierung im Internet, in Intranets, in Extranets,
- der Veränderung,
- des Weiterverkaufs und
- der Veröffentlichung

bedarf der **schriftlichen Genehmigung** des Verlags. Insbesondere ist die Entfernung oder Änderung des vom Verlag vergebenen Passwort- und DRM-Schutzes ausdrücklich untersagt!

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an: **info@pearson.de**

Zusatzdaten

Möglicherweise liegt dem gedruckten Buch eine CD-ROM mit Zusatzdaten oder ein Zugangscode zu einer eLearning Plattform bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. **Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.** Zugangscodes können Sie darüberhinaus auf unserer Website käuflich erwerben.

Hinweis

Dieses und viele weitere eBooks können Sie rund um die Uhr und legal auf unserer Website herunterladen:

<https://www.pearson-studium.de>