

„Psychologie von Risiko und Vertrauen“ – Lernziele

Kapitel 1 – Einleitung

Keine Lernziele

Kapitel 2 – Die Philosophie von Risiko

- Die Herkunft des Begriffs Risiko beschreiben können
- Die unterschiedlichen Begriffsverwendungen kennen und erläutern können
- Den Unterschied zwischen Risiko und Unsicherheit erklären können
- Risiken nach den semantischen Risikomustern klassifizieren können
- Systemische Risiken von konventionellen Risiken abgrenzen können

Kapitel 3 – Die Psychologie des Risikos

- Entstehung und Kernaussagen des psychometrischen Paradigmas kennen
- Risikobeurteilung im Rahmen des psychometrischen Paradigmas erklären können
- Heuristische Prozesse der Risikowahrnehmung anhand der Affektheuristik verstehen
- Individuelle Unterschiede in Risikowahrnehmung und Verhalten diskutieren können

Kapitel 4 – Ansätze zur Messung von Risikowahrnehmung und Risikoeinstellung: das Beispiel touristische Reiseabsicht während einer Pandemie

- Das Risiko aus Sicht der ökonomischen Entscheidungstheorie erklären können
- Das Risiko aus Sicht des psychometrischen Paradigmas verstehen
- Die Einflussdimensionen des Health Belief Model kennen
- Die Einflussdimensionen der Theorie des geplanten Verhaltens kennen
- Den Zusammenhang zwischen Einflussdimensionen und Maßnahmengestaltung verstehen

Kapitel 5 – Risikoneigung und Risikoverhalten

- Die Begriffe Risikoverhalten und Risikoneigung definieren und voneinander abgrenzen können
- verschiedene Ausprägungen der Risikoneigung sowie Verfahren zu deren Messung unterscheiden können
- Die Wirkung zentraler Einflussfaktoren auf die Risikoneigung erklären können
- Den Zusammenhang zwischen der Risikoneigung und dem Risikoverhalten für ausgewählte Beispiele wie Gründungsentscheidungen etc. beschreiben können
- Implikationen für die Unternehmenspraxis ableiten können

Kapitel 6 – Die Komplexität der Risikokommunikation

- Die Ziele und Herausforderungen der Risikokommunikation umschreiben können
- Die Theorien und Modelle der Risikokommunikation kennen und erläutern können
- Die Unterschiede in der Risikodarstellung erkennen können und die Auswirkungen verstehen
- Die Rollen der verschiedenen Akteure in der Risikokommunikation erklären können
- Den Nutzen und die Grenzen von Nudging in der Risikokommunikation kennen

Kapitel 7 – Risikodialog – Komplexität und Unsicherheit kommunizieren

- Den methodischen Wandel von Rezipienten zu Akteuren nachvollziehen können
- Die Bedingungen der Akzeptanz von kommunizierten Unsicherheiten kennen
- Die emotionalen und kognitiven Aspekte von Risikowahrnehmung differenzieren können
- Die Einsatzmöglichkeiten partizipativer Risikokommunikation abwägen können
- Die spezifischen Verständlichkeitsanforderungen akzeptabler Botschaften kennenlernen

Kapitel 8 – Vertrauen – ein anwendungsorientierter und interdisziplinärer Überblick

- Zentrale Vertrauensdefinitionen und Konzepte kennen
- Die Relevanz von Vertrauen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen diskutieren können
- Vertrauen und dessen Operationalisierung aus Sicht von Ökonomie und Psychologie spezifizieren können
- Vertrauensaufbau mittels Kommunikation anhand eines Modells erklären können

Kapitel 9 – Vertrauen in der internen Kommunikation von Organisationen

- Die Aufgaben und Ziele interner Kommunikation in eigenen Worten beschreiben können
- Die Unterschiede zwischen der Arbeits- bzw. Aufgabenkommunikation und der gemanagten, zentral gesteuerten internen Kommunikation darlegen können
- Die Dimensionen von Vertrauen sowie Gründe für Vertrauen auf ein Fallbeispiel aus der Praxis adaptieren können
- Das Vertrauen in Kommunikation von dem Vertrauen durch Kommunikation abgrenzen können
- Ansatzpunkte nennen, wie interne Kommunikation das Vertrauen der Mitarbeitenden fördern kann

Kapitel 10 – Vertrauen schaffen mit Unternehmenskommunikation – ein linguistisches Modell von Glaubwürdigkeit durch Textdesign

- Den Zusammenhang erklären können zwischen glaubwürdigen Texten und Vertrauen
- Sprachliche Handlungen kennen, mit welchen Vertrauen geschaffen oder wiedergewonnen werden kann
- Stilistische Glaubwürdigkeitsindikatoren, Komponenten für vertrauenserweckendes Webdesign und Bedingungen für die Glaubwürdigkeit von Bildern kennen
- Das integrative Modell für Glaubwürdigkeit durch Textdesign auf Beispiele anwenden können

Kapitel 11 – Misstrauen. Eine interdisziplinäre Bestandsaufnahme

- Den Unterschied zwischen Misstrauen und Vertrauen anhand von drei Modellen erklären können
- Wichtige soziale und kognitive Einflussfaktoren auf Misstrauen kennen
- Positive Effekte von Misstrauen in der Politik, Wirtschaft und Wissenschaft an Beispielen erklären können
- Generalisiertes und spezielles Misstrauen unterscheiden und ihre Relevanz für die Analyse von Gesellschaften erklären können

