

Lernziele/Kompetenzen*Fachkompetenz**

Social Media ist ein breitgefasster Begriff für eine Vielzahl Anwendungen und Konzepte und gekennzeichnet durch eine hohe Interdisziplinarität sowohl in der Praxis und der Forschung. Die Studierenden können daher Formen und aktuelle Entwicklungen von Social Media in Forschung, Entwicklung und Innovation unterscheiden und bewerten. Sie sind in der Lage einen Überblick über Anwendungsbereiche und Funktionen von Social Media zu erstellen und Problem- und Fragestellungen aus angewandter psychologischer Perspektive zu entwickeln und zu beantworten. Dazu kennen die Studierenden zugrundeliegende theoretische Konzepte, Methoden, Tools und Problemstellungen der Online-Forschung, insbesondere mit Social Media und Smartphones. Die Studierenden sammeln Erfahrung in der Social Media- und Online-Forschung, indem sie mehrere Tools kennenlernen und mindestens ein Tool ausführlich auf eine psychologische Fragestellung anwenden.

Methodenkompetenz

Die Studierenden lernen Methoden der Online-Forschung und der Forschung zu und mit Social Media kennen und anzuwenden. Sie sind dazu in der Lage eigene Projekte im Bereich der Social Media- und Online-Forschung zu konzipieren und durchzuführen. Sie lernen dazu Fragestellungen dieser Forschung zu formulieren. Dazu kennen und nutzen sie Techniken und Fallbeispiele aus der angewandten Forschung (wie z.B. den Einsatz der Open Source Social Media Software Social Lab für Online Research Communities oder von Smartphone-Apps). Durch die Anwendung von Online-Forschungs- und Social Media Tools können die Studierenden den Einsatz in Forschung und Entwicklung konzipieren, durchführen und bewerten. Sie haben dazu auch die kommunikationsbezogenen und technischen Fertigkeiten, die es beim Einsatz von Online-Methoden und Social Media benötigt. Die Studierenden bauen auf ihrem Wissen zu Forschungsmethoden auf und fördern ihre Transferfähigkeit. Ausserdem bringen die Studierenden ihr Wissen aus anderen psychologischen Teilgebieten ein, z.B. Organisationsentwicklung oder User-Centered Design, um die durchzuführende Untersuchung gegebenenfalls in einem Praxisfeld der angewandten Psychologie zu verankern.

Selbstkompetenz

Durch die eigene Nutzung und Erforschung von Social Media reflektieren die Studierenden die Wirkung und das Potenzial von Social Media auf sich und die Gruppe. Dazu bringen sie ihre persönliche Meinung ein, diskutieren in der Gruppe verschiedene Einsatzmöglichkeiten für die Forschung und Entwicklung und befassen sich daher mit einem gesellschaftlich aktuellen Thema. Im Modul wird eigeninitiatives Arbeiten vorausgesetzt und die Studierenden erhalten Möglichkeiten und Unterstützung zum kreativen Arbeiten, z.B. in der Anwendung von Online-Forschung und Social Media.

Sozialkompetenz

Charakteristisch an Social Media ist unter anderem das aktive Kreieren von Inhalt und die soziale Interaktion im Sinne von "many-to-many", weshalb die Studierenden sowohl im Kontaktstudium als auch virtuell durch die Nutzung von Tools Gelegenheit haben werden, ihr eigenes und das Verhalten anderer in und mit Social Media zu reflektieren. Dabei wird mit Hilfe eines "Social Wargames" auf Social Lab auch eingeübt, wie man die eigene Privatsphäre in Social Media schützt und die Funktionen Sozialer Medien verantwortungsvoll und doch kreativ nutzt. Im Kontaktstudium werden die Studierenden zudem in der Gruppe Übungen und Online-Studien durchführen, wodurch ihre Teamfähigkeit unterstützt und das kreative, konzeptionelle und analytische gemeinsame Arbeiten gefördert wird.

<p>Lerninhalte</p>	<p>Obwohl Social Media zunehmend Einzug in Forschung und Praxis finden, steht dahinter weiterhin ein breitgefasster Begriff, der in einer Vielzahl von Disziplinen unterschiedlich gehandhabt wird. Der Fokus liegt auf den neuen Möglichkeiten, die Social Media bieten, in Kombination mit klassischen Methoden der Online-Forschung. Der Kurs behandelt Grundlagen und Besonderheiten der Online-Forschung, wie z.B. technische Möglichkeiten und verändertes Nutzerverhalten im Internet und deren Einfluss auf die erhobenen Daten. Weiterhin beschäftigt sich der Kurs mit zentralen Begriffen, Formen und aktuellen Entwicklungen von Social Media und deren Potenzial für Forschung. Dahinterliegende Konzepte wie Motivation und Anreizsysteme werden dazu ebenfalls erörtert und Methoden des Einsatzes von Social Media für die Forschung werden erlernt und angewendet.</p> <p>Inhalte (u.a.):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick zu: Online-Forschung, zentrale Begriffe und Formen von Social Media, Smartphone-Forschung, aktuelle Trends und Entwicklungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Tools, neue Forschungsparadigmen ○ Besonderheiten von Online-Fragebögen ○ Web-Experimente ○ Social Media Research, Smartphone-Forschung • Theorien, Konzepte und Modelle der Social Media- und Online-Forschung <ul style="list-style-type: none"> ○ Anreizsysteme, Partizipation und (soziale) Motivation in Online-Forschung und Social Media • Methoden und Kompetenzen in der Online-Forschung <ul style="list-style-type: none"> ○ Design und Durchführung von Erhebungen ○ Interpretation der erhobenen Daten
<p>Lehrformen und -methoden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vortrag durch Dozierende, überwiegend virtuell (z.B. Webinar oder Videos, abhängig von Gruppengrösse und Pandemielage) • Praktische Übungen und interaktive Sessions, z.B. Methodenworkshop zur Konzipierung und Durchführung von Online-Forschung, Online-Quiz, Tagebuchstudien, etc. • Literaturstudium und Internetrecherche • Anwendung und Erprobung von Social Media Tools (z.B. Social Lab, Smartphone Apps, Tweetminer) • Reflexion der Anwendung (Evaluation) von Online-Forschung/Social Media sowohl in Gruppendiskussionen im Kontaktstudium als auch mittels Social Media (in Absprache zw. Dozent und Studierenden)

Unterrichtssprache	Deutsch
Leistungsnachweis	<p>Die Studierenden erarbeiten im Laufe des Kurses ein Konzept für den Einsatz von Online-Forschung und Social Media in einem spezifischen Bereich. Den Bereich und die Forschungsfrage wählen die Studierenden selbst in Absprache mit den Dozenten. Das Konzept können die Studierenden in Gruppen zu 2-4 Personen durchführen.</p> <p><u>Die Gruppenleistung setzt sich zusammen aus:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation in Form eines Forschungsvortrags: 30% <p>Darüber hinaus erbringen die Studierenden einen Einzelleistungsnachweis, der die Form eines Forschungsberichts hat. Die Studierenden beschreiben das in der Gruppe durchgeführte Forschungsprojekt, analysieren die Ergebnisse und leiten Schlussfolgerungen für die Praxis und zukünftige Forschungsprojekte ab</p> <p><u>Die Einzelleistung setzt sich zusammen aus:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verfassen eines Forschungsberichts: 50% • Diskussion der Thematik im Plenum: 20% <p><u>Die Gesamtnote ergibt sich daher wie folgt:</u></p> <p>Forschungsbericht 50% (Einzel) + Präsentation 30% (Gruppe) + Diskussion der Thematik im Plenum 20% (Einzel)</p> <p>x 6er Skala <input type="checkbox"/> 2er Skala (Modulgruppe 1)</p>
Bibliographie	<p>Auswahl zur Einführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Callegaro, M., Manfreda, K. L., & Vehovar, V. (2015). <i>Web survey methodology</i>. London: Sage. • Reips, U.-D. (2010). Design and formatting in Internet-based research. In S. Gosling & J. Johnson (eds.), <i>Advanced methods for conducting online behavioral research</i> (pp. 29-43). Washington, DC: American Psychological Association. • Reips, U.-D. (2002). Standards for Internet-based experimenting. <i>Experimental Psychology</i>, 49, 243-256. • Reips, U.-D., & Garaizar, P. (2017). <i>Social Lab</i>: An "Open Source Facebook". In A. Quan-Haase & L. Sloan, <i>Handbook of Social Media Research Methods</i> (pp. 475-485). London: Sage.
Erforderliche Vorkenntnisse: Modul(e) – Kurs(e)	Hilfreich, aber nicht erforderlich: Forschungsmethoden, Kooperation und neue Medien
Abgrenzung zum Bachelor*	Themen und Anwendungsbereiche aus dem Modul Kooperation und Neuen Medien werden erweitert.
Schnittstellen zu anderen Modulen und Kursen im Master	Schnittstellen zu anderen Modulen bestehen vor allem in Bezug auf die Methodik (Advanced Market Research Methods, qualitative Forschungsmethoden, User-Centered Design) und dem Thema Neue Medien.
Bemerkungen	<p>Die Studierenden bringen die Bereitschaft mit, sich offen mit der noch jungen Forschungsdisziplin auseinandersetzen und Möglichkeiten von Social Media und Online-Methoden für die Forschung und Praxis zu reflektieren.</p> <p>Für Fragen im Voraus stehen die Dozenten gerne zur Verfügung.</p>

LEGENDE

*Level *Studienniveau	<p>B Basic level (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)</p> <p>I Intermediate level (Modul zur Vertiefung der Basiskonntnisse)</p> <p>A Advanced level (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)</p> <p>S Specialised level (Modul zum Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)</p>
*Type * Typus	<p>C Core course/Pflichtmodule (Kerngebiet eines Studienprogramms)</p> <p>R Related course/Wahlpflichtmodule (Unterstützung des Kerngebiets mit Vermittlung von Vor- oder Zusatzkenntnissen)</p>
*Abgrenzung zum Bachelor	Abgrenzung des Moduls zu ähnlichen Bachelormodulen hinsichtlich Inhalt und Niveau
* Selbststudium	<p>Beim «begleiteten Selbststudium» erteilen Dozierende den Studierenden Lern- und Arbeitsaufträge, die in der Regel in einem direkten Zusammenhang mit den Zielen eines Moduls stehen.</p> <p>Das «individuelle Selbststudium» deckt die Lernzeit ab, die für die individuelle Vor- und Nachbereitung von Inhalten, die in Kontaktveranstaltungen präsentiert wurden, aufgewendet werden muss. Die Studierenden arbeiten dabei in eigener Verantwortung, ohne dass dafür ein spezieller Arbeitsauftrag erteilt wird. Diese Zeit dient neben dem individuellen Durchgehen des Stoffes und dem Klären von Verständnisschwierigkeiten insbesondere auch der Prüfungsvorbereitung. (Quelle: Begleitetes Selbststudium und Selbststudium an FH, http://www.phzh.ch/MAPortrait_Data/53733/15/CSPC-Dossier%2004-2008.pdf)</p>
<p>*Lernziele/ Kompetenzen</p> <p>> Welche Kompetenzen sollen Studierende im Modul erwerben?</p> <p>> Kompetenzen als Lernziele beschreiben (die Studierenden erwerben, kennen, verstehen, können beurteilen ...)</p>	<p>Fachkompetenz Erwerb verschiedener Arten von Wissen und kognitiven Fähigkeiten: > Grund- und Spezialwissen aus dem eigenen Fachgebiet und den zugehörigen Wissenschaftsdisziplinen > Allgemeinbildung, die in Beziehung zum eigenen Fachgebiet gesetzt werden kann</p> <p>Methodenkompetenz Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten, die es ermöglichen, Aufgaben und Probleme zu bewältigen, indem sie die Auswahl, Planung und Umsetzung sinnvoller Lösungsstrategien ermöglichen. Dazu gehören z.B. Problemlösefähigkeit, Transferfähigkeit, Entscheidungsvermögen, abstraktes und vernetztes Denken sowie Analysefähigkeiten, effiziente Arbeitstechniken.</p> <p>Selbstkompetenz Fähigkeiten und Einstellungen, in denen sich die individuelle Haltung zur Welt und insbesondere zur Arbeit ausdrückt. Selbstkompetenz geht hoch über "Arbeitstugend" hinaus, da es sich um allgemeine Persönlichkeitseigenschaften handelt, welche nicht nur im Arbeitsprozess Bedeutung haben. Dazu gehört z.B. Flexibilität, Leistungsbereitschaft, Ausdauer, Zuverlässigkeit, Engagement und Motivation</p> <p>Sozialkompetenz Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten, die dazu befähigen, in den Beziehungen zu Mitmenschen situationsadäquat zu handeln. Neben Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit gehören auch dazu Konfliktfähigkeit, Teamfähigkeit, Rollenflexibilität, Beziehungsfähigkeit und Einfühlungsvermögen.</p>