

Ausgeschriebene Masterarbeiten am Lehrstuhl Organisations- und Personalpsychologie im Sommersemester 2024

Thema 1: Die Grundbedürfnisse nach Autonomie-, Kompetenz- und Verbundenheitserleben: Ist Voice ein Prädiktor?

(Engl.: The Basic Needs of Autonomy, Competence and Relatedness: Is Voice a Predictor?)

Nach der Selbstbestimmungstheorie haben Menschen ein angeborenes Bedürfnis nach Kompetenz, d. h. nach individuell wahrgenommener Effektivität bei der Ausführung bestimmter Verhaltensweisen, nach Autonomie, d. h. nach wahrgenommener Selbstbestimmung bei den eigenen Handlungen sowie nach Verbundenheit, die sich auf die Wahrnehmung der sozialen Eingebundenheit durch den Einzelnen bezieht (Deci & Ryan, 1985). Auf der Grundlage von Theorie und vorliegenden Längsschnittdaten (6 Wellen über 6 Monate) soll diese Masterarbeit die Auswirkungen von fünf verschiedenen Voice Verhaltensweisen (proaktives Arbeitsverhalten) auf die Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz, und Verbundenheit (Basic Need Satisfaction (BNS)) über die Zeit hinweg untersuchen. Verschiedene statistische Analysemethoden können hierfür herangezogen werden. Die Wahl dieser kann eigenständig (aber begründet in Abhängigkeit der konkreten Forschungsfrage) erfolgen (z. B. Latent State Change Models oder Cross-Lagged Panel Models). Diese Masterarbeit erfordert schon fundierte statistische Vorkenntnisse.

Zit. Lit.:

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>

Thema 2: Erwartungen von UniversitätsabsolventInnen an zukünftige Arbeitgeber (What do university graduates expect from future employers?)

In den letzten Jahren hat sich der Arbeitsmarkt in vielen Branchen radikal verändert. Der Fachkräftemangel führt dazu, dass Unternehmen deutlich mehr Aufwand betreiben müssen, um Personal zu finden und zu binden. Zusätzlich wird in den Medien wiederholt thematisiert, dass sich die Erwartungen der potentiellen Mitarbeitenden, gerade im jüngeren Lebensalter, deutlich verändert hätten (z.B. Work-Life-Balance). Auch Arbeitgeber in M-V berichten anekdotisch davon, dass sie deutliche Schwierigkeiten haben, fachlich passendes und zugleich motiviertes Personal zu finden.

Aufgabe der Masterarbeit ist es, auf der Basis der vorhandenen Forschungsliteratur ein Modell aufzustellen, mit dem potentielle Einflussfaktoren auf die wahrgenommene Attraktivität eines zukünftigen Arbeitgebers identifiziert werden könnten. In einem zweiten Schritt soll dieses Modell dann mit Hilfe eines geeigneten Designs empirisch untersucht werden. Als Stichprobe können dafür Studierende der Universität Rostock oder anderer Universitäten genutzt werden. Ein weiteres Hauptziel ist die Entwicklung konkreter Handlungsempfehlungen für Unternehmen, gerne mit dem Fokus auf eventuell vorhandene regionale Besonderheiten in M-V.

Thema 3: Wie wirken sich Online Employer Reviews auf die Wahrnehmung und das Verhalten potenzieller Bewerbender aus?

(Engl.: How Do Online Employer Reviews Affect Perceptions and Behavior of Potential Applicants?)

Auf Portalen wie Glassdoor oder Kununu können Mitarbeitende ihre Arbeitgeber bewerten und potenzielle Bewerber:innen diese Bewertungen einsehen, ähnlich wie potenzielle Kund:innen sich auf Bewertungsportalen über Produkte und Dienstleistungen informieren können. Wie Bewertungen aus solchen „Online Employer Reviews“ (OARs) bei potenziellen Bewerber:innen ankommen, wie sie deren Wahrnehmung und Bewerbungsverhalten beeinflussen, war gemäß einer relativ aktuellen Überblicksarbeit (Höllig, 2021) bislang offenbar kaum Gegenstand einschlägiger Forschung (s. jedoch Zhang et al., 2023).

Diese Masterarbeit soll einen Beitrag dazu leisten, diese Forschungslücke zu füllen. Dazu sollen aufgrund der Befundlage zunächst selbständig Forschungsfragen erarbeitet werden, die sich in diesem Rahmen klären lassen. Im nächsten Schritt soll ein (experimentelles und/oder korrelatives) Design entwickelt und schließlich empirisch umgesetzt werden. Als Stichprobe können dafür Studierende der Universität Rostock und/oder Personen aus dem eigenen sozialen Umfeld rekrutiert werden, die als Rezipient:innen von OARs infrage kommen.

Zit. Lit.:

Höllig, C. E. (2021). Online Employer Reviews as a data source: A systematic literature review. Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences.

Zhang, Y. , Shum, C., & Belarmino, A. (2023). “Best employers”: The impacts of employee reviews and employer awards on job seekers’ application intentions. *Cornell Hospitality Quarterly*, 64(3), 298–306. <https://doi.org/10.1177/19389655221130741>