

MODULHANDBUCH

BACHELORSTUDIENGANG

INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

ABSCHLUSS: BACHELOR OF SCIENCE

Gültigkeitszeitraum: 1. September 2017 bis 31. August 2018

Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 28.08.2015

INHALT

PFLICHTMODULE	2
GRUNDLAGEN PSYCHOLOGIE 1	3
METHODEN 1	5
BWL 1 + IWK 1	6
SOFT SKILLS 1	8
GRUNDLAGEN PSYCHOLOGIE 2	9
METHODEN 2	11
BWL 2 + 3	13
SOFT SKILLS 2	15
ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 1	17
METHODEN 3	19
VWL 1 + IWK 2	21
SOFT SKILLS 3	23
ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 2	25
METHODEN 4	27
VWL 2 + RECHT	29
SOFT SKILLS 4	31
PRAXIS-/AUSLANDSSEMESTER	33
ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 3	35
PROJEKTARBEIT	37
INTERKULTURELLES PERSONALMANAGEMENT	39
INTERKULTURELLES MARKETING	40
BACHELORARBEIT	41
WAHLPFLICHTMODULE	43
WAHLPFLICHTMODUL 1A: INTERNATIONAL HUMAN RESOURCES & ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT	44
WAHLPFLICHTMODUL 1B: INTERNATIONAL MARKETING & SALES	46
WAHLPFLICHTMODUL 2: EINFÜHRUNG QUANTITATIVE METHODEN	48
WAHLPFLICHTMODUL 3A: INTERNATIONAL HUMAN RESOURCES & ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT	50
WAHLPFLICHTMODUL 3B: INTERNATIONAL MARKETING & SALES	52
WAHLPFLICHTMODUL 4: VERTIEFUNG PSYCHOLOGISCHE DIAGNOSTIK	54

PFLICHTMODULE

Titel des Moduls	GRUNDLAGEN PSYCHOLOGIE 1		
Modulkürzel	IWP-B-1-1.01	SWS	4
Modulverantwortlich	Constanze Beierlein	ECTS	9
		Zeit gesamt	270h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Allgemeine Psychologie I	30h (2 SWS)	105h	Deutsch
Vorlesung	Foundations of Social Psychology	30h (2 SWS)	105h	English

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können kognitive Phänomene der Handlungssteuerung inklusive ihrer interkulturellen Besonderheiten wiedergeben und erklären, indem sie sich Vorlesungsinhalte und vertiefende englischsprachige Studien anhand von Originalliteratur selbst erarbeiten. Dies dient als Grundlage für ein vertieftes Verständnis wirtschaftspsychologischer Ansatzpunkte im weiteren Studium und im jeweiligen Berufsfeld.</p> <p>Die Studierenden können Begriffe, Theorien, Konzepte und Forschungsmethoden der Sozialpsychologie fachgerecht zur Beschreibung menschlichen Denkens, Fühlens und Verhaltens in sozialen Situationen nutzen und dieses Wissen und diese Kompetenzen zur Lösung berufspraktischer Probleme anwenden, indem sie geeignete sozialpsychologische Modelle und Methoden heranziehen.</p>
Inhalte	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Allgemeine Psychologie I“ führt in die wichtigsten Basis-konzepte einer kognitionspsychologischen und neurowissenschaftlichen Erklärung der kognitiven Aspekte der Handlungssteuerung ein. Behandelt werden insbesondere die Grundlagen von Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Gedächtnis, Sprache und Denken.</p> <p>Die Vorlesung „Foundations of Social Psychology“ führt in die Schlüsselbegriffe, Arbeitsweisen und Fragestellungen der Sozialpsychologie ein. Klassische und aktuelle Theorien, sowie wichtige empirische Befunde auch der kulturvergleichenden Forschung und deren wissenschaftstheoretische Grundlagen werden vermittelt.</p>
Didaktisches Konzept	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Allgemeine Psychologie I“ vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen.</p> <p>Die Vorlesung „Foundations of Social Psychology“ vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen und ermöglicht den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung.</p>
Literatur	<p>Sperring, M., & Schmidt, T. (2012). <i>Allgemeine Psychologie 1 KOMPAKT</i>. Weinheim: Beltz.</p> <p>Hogg, M., & Vaughan, G. (2014). <i>Social Psychology</i> (7th Edition). Harlow: Pearson Education.</p> <p>Jonas, K., Stroebe, W., & Hewstone, M. (2014). <i>Sozialpsychologie</i> (6. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	1. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (120 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	4,5/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	METHODEN 1		
Modulkürzel	IWP-B-1-1.02	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Einführung in die Forschungsmethoden	30h (2 SWS)	90h	Deutsch
Tutorium	Tutorium Einführung in die Forschungsmethoden	30h (2 SWS)	90h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können den Einsatz von Forschungsmethoden im Rahmen eines eigenen Forschungsprojekts nachvollziehen, das sie selbst planen, durchführen und auswerten und die Ergebnisse in einer wissenschaftlichen Arbeit verschriftlichen und präsentieren, um später selbstständig wissenschaftlich arbeiten zu können.	
Inhalte	Die Vorlesung liefert eine Einführung in das Spektrum psychologischer Forschungsmethoden mit ihren wissenschaftstheoretischen Implikationen und in ihren ideengeschichtlichen Zusammenhängen. Es werden theoretische Grundlagen vermittelt, um begleitet durch ein Tutorium eine wissenschaftliche Untersuchung zu konzipieren, durchzuführen, auszuwerten und angemessen interpretieren zu können.	
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung verbindet grundlegende wissenschaftliche und methodische Kompetenzentwicklung, die in einer durch ein Tutorium begleitete Projektarbeit verschriftlicht wird.	
Literatur	Hussy, W., & Schreier, M. (2013). <i>Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor</i> . Berlin u.a.: Springer. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.	
Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	1. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Projektarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	BWL 1 + IWK 1		
Modulkürzel	IWP-B-1-1.03	SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	30h (2 SWS)	90h	Deutsch
Seminar	Foundations of Strategic Management	30h (2 SWS)	90h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die deutschen und englischen Grundbegriffe der BWL und die Funktionsweisen von Unternehmen erklären, indem sie die vorgestellten Konzepte an konkreten Beispielen aus der Unternehmenswelt anwenden, um später in ihrem jeweiligen Berufsfeld unternehmerische und strategische Entscheidungen verstehen zu können.
Inhalte	<p>Inhalte der Vorlesung „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ sind die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere die Funktionen des Unternehmens, Rechtsformen und mikroökonomische Ansätze.</p> <p>Im Seminar „Foundations of Strategic Management“ werden die grundlegenden Modelle des Strategischen Managements, die insbes. im angelsächsisch geprägten Raum Verwendung finden, vorgestellt (Five Forces; PESTEL; Strategic Clock etc.) und an Beispielen erläutert. Besonderer Wert wird darauf gelegt, das Unternehmen als einen in sein soziales und kulturelles Umfeld eingebetteten Akteur zu verstehen.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegendes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/ Wirtschaftspsychologinnen, das in dem begleitenden Seminar angewendet wird. Außerdem erwerben die Studierenden überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das englischsprachige Seminar.
Literatur	<p>Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regné, P. (2015). <i>Strategisches Management - Eine Einführung</i> (10. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Straub, T. (2011). <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	1. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) (English)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	SOFT SKILLS 1		
Modulkürzel	IWP-B-1-1.04	SWS	2
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Wissenschaftstheorie, Geschichte und Ethik der Psychologie	30h (2 SWS)	120h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die Entwicklung des Faches Psychologie und ihres Selbstverständnisses anhand wissenschaftstheoretischer Konzepte, historischer Etappen und ethischer Fragestellungen nachvollziehen und die Ergebnisse in einer wissenschaftlichen Arbeit verschriftlichen und präsentieren, um später selbstständig wissenschaftlich arbeiten zu können.
Inhalte	Das Seminar führt in die philosophischen, wissenschaftstheoretischen, ethischen und geschichtlichen Grundlagen der Psychologie ein. Es reflektiert grundlegend Zugänge, Genesen, Geltungen und Praxis wirtschaftspsychologischen Wissens, Wertens und Handelns.
Didaktisches Konzept	Das Seminar ist geprägt von fachlichen Diskussionen zu grundlegenden psychologischen Fragestellungen, um sich mit dem Berufsbild des Wirtschaftspsychologen/der Wirtschaftspsychologin vertraut zu machen.
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	1. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Referate (semesterbegleitend)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	2,5/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	GRUNDLAGEN PSYCHOLOGIE 2		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.01	SWS	4
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	9
		Zeit gesamt	270h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Entwicklungspsychologie	30h (2 SWS)	105h	Englisch/ Deutsch
Vorlesung	Grundlagen Differentielle und Persönlichkeitspsychologie	30h (2 SWS)	105h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können die psychische Entwicklung im Varianzbereich des Normalen wiedergeben und grundlegende abweichende und pathologische Entwicklungsverläufe beschreiben sowie multikulturelle und kulturvergleichende Befunde zu einzelnen Themen wiedergeben, indem sie sich in wissenschaftliche Texte einarbeiten, um später in der Lage zu sein, Instrumente und Methoden ihres jeweiligen Berufsfeldes aus entwicklungspsychologischer Perspektive bewerten und beurteilen zu können.</p> <p>Die Studierenden können grundlegende Konzepte der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie wiedergeben und in Grundzügen anwenden, indem sie sich wissenschaftliche Texte und Tests erarbeiten, um später in der Lage zu sein, standardisierte psychometrische Messinstrumente anwenden und bewerten zu können.</p>
Inhalte	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Entwicklungspsychologie“ gibt eine Einführung in begriffliche und methodische Grundlagen der Entwicklungspsychologie, Theorien der kognitiven und der sozialen Entwicklung sowie ausgewählte Forschungsbefunde und Bezüge zur Anwendungspraxis.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen Differentielle und Persönlichkeitspsychologie“ stellt die wichtigsten Persönlichkeitstheorien, empirischen Befunde und anthropologischen sowie erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Grundlagen vor. Es werden Dimensionen interindividueller Persönlichkeitsunterschiede besprochen sowie Persönlichkeitsunterschiede im kognitiven, emotionalen und sozialen Bereich.</p>
Didaktisches Konzept	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Entwicklungspsychologie“ ermöglicht den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung und vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen Differentielle und Persönlichkeitspsychologie“ vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, das mit dem Erwerb berufspraktischer Kompetenzen durch die Testdurchführungen aufgebaut wird und personalen Kompetenzaufbau mithilfe von Selbsterfahrungselementen fördert.</p>
Literatur	<p>Berk, L. (2014). <i>Entwicklungspsychologie</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Schmitt, M. & Altstötter, Gleich, C. (2010). <i>Differentielle Psychologie und Persönlichkeitspsychologie KOMPAKT</i>. Weinheim: Beltz.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	2. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (120 Minuten) (Deutsch)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	4,5/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	METHODEN 2		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.02	SWS	4
Modulverantwortlich	Constanze Beierlein	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Testtheorie und Testkonstruktion	30h (2 SWS)	90h	Deutsch
Seminar	Fragebogenentwicklung	30h (2 SWS)	90h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen die Kriterien zur Gütebeurteilung psychologischer Testverfahren und können diese Kenntnisse im Berufsalltag dazu nutzen, die Qualität von Testverfahren zu beurteilen und neue Tests zu entwickeln, indem sie Qualitätsstandards berücksichtigen und ausgewählte Computerprogramme im Rahmen der Testentwicklung und -evaluation verwenden.
Inhalte	<p>Die Vorlesung führt in die theoretischen Grundlagen psychometrischer Tests ein. Inhalte sind u.a. die Klassische Testtheorie sowie damit assoziierte Konzepte (Reliabilität, Validität), die auch bei Kulturvergleichen Anwendung finden. Auf Basis der Klassischen Testtheorie werden Konstruktionsprinzipien psychometrischer Tests vermittelt, z.B. Schritte der Testkonstruktion und Itemgenerierung. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vermittlung von Qualitätsstandards psychologischer Messinstrumente. Darüber hinaus werden zentrale Analysemethoden, z.B. Itemanalysen und Reliabilitätsanalysen, vorgestellt. Weitere Themen umfassen z.B. eine Einführung in die probabilistische Testtheorie sowie die Normierung von Testverfahren.</p> <p>Im Seminar werden die einzelnen Schritte anhand konkreter Beispiele, z.T. aus interkulturellen Kontexten, eingeübt. In Kleingruppen konstruieren und evaluieren die Studierenden ein selbst entworfenes Messverfahren (Fragebogen). Dabei wird unter anderem auch der Umgang mit Anwendungsprogrammen eingeübt, die zur Durchführung von Item-, Reliabilitäts- und Strukturanalysen notwendig sind und eine fundierte Interpretation der Ergebnisse ermöglichen.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse, die im begleitenden Seminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen von Projektarbeit in Kleingruppen erprobt wird.
Literatur	<p>Moosbrugger, H., & Kelava, A. (Hrsg.). (2012). <i>Testtheorie und Fragebogenkonstruktion</i> (2. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Bühner, M. (2010). <i>Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	2. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	BWL 2 + 3		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.03	SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Investition und Finanzierung	30h (2 SWS)	90h	Deutsch
Vorlesung	Introduction to Economics	30h (2 SWS)	90h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können grundlegende Zusammenhänge der Finanzierungs- und Investitionstheorie benennen, die Aufgaben in der Finanzplanung eines Unternehmens erklären, als auch ökonomische Grundprobleme in privaten Haushalten und für Unternehmen beschreiben, indem sie finanzmathematische Methoden anwenden und verschiedene Wettbewerbsmodelle vergleichen, um später in der Lage zu sein, für die zentralen (finanziellen) Fragestellungen in Unternehmen und Haushalten Lösungsmöglichkeiten zu identifizieren.
Inhalte	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Investition und Finanzierung“ gibt eine Einführung in finanzwirtschaftliche Entscheidungen und Zielsetzungen. Unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen wie Finanzmärkte, Rechtsformen und unterschiedlicher Kulturen (z.B. islamische Finanzmethoden und -produkte) werden alternative Innen- und Fremdfinanzierungen analysiert. In der Investitionsrechnung werden verschiedene (dynamische) Methoden präsentiert. Im Anschluss folgen die Grundlagen der Finanzplanung und Besonderheiten grenzüberschreitender Investitionsobjekte.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen der Volkswirtschaftslehre“ behandelt grundlegende und aktuelle volkswirtschaftliche Fragestellungen der Volkswirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik. Dazu gehören u.a. das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage, Wettbewerb unter vollständiger oder unvollständiger Konkurrenz, die Funktionsweise von Faktormärkten und makroökonomische Zusammenhänge.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesungen vermitteln den Studierenden fachliche und methodische Kenntnisse für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch englischsprachige Veranstaltungen erworben.
Literatur	<p>Bösch, M. (2016). <i>Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung</i>. München: Vahlen.</p> <p>Mankiw, N. G., & Taylor, M. P. (2017). <i>Economics</i> (4th edition). Boston: Cengage Learning.</p> <p>Kirchler, E. (2011). <i>Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat</i>. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	2. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Min) (Deutsch und English)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	SOFT SKILLS 2		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.04	SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Marketing für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	30h	Deutsch/Englisch
Projektseminar	Praxis Marketing	30h (2 SWS)	60h	Deutsch/Englisch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können grundlegende Frage- und Aufgabenstellungen des Marketings wiedergeben und können für die Lösung typischer Marketingfragestellungen verschiedene Methoden und Werkzeuge einsetzen, indem sie komplexere Marketingprobleme und Themen unter Berücksichtigung von strategischen, operativen und interkulturellen Aspekten identifizieren, definieren, konzeptualisieren und Erkenntnisse und Lösungen einem Fachpublikum präsentieren, um später eigenständig Marketingstrategien entwickeln zu können.
Inhalte	<p>In der Vorlesung „Grundlagen Marketing“ werden allgemeine Grundlagen des Marketing-Managements vor dem Hintergrund einer wertorientierten Perspektive, Grundlagen des Konsumentenverhaltens und der Marketing-Forschung sowie eine Einführung in die Marketinginstrumente behandelt, insbesondere der Marketingbegriff und Planungsansatz im Marketing, Käuferverhalten und Marktforschung, Segmentierung / Differenzierung / Positionierung, Produkt- und Markenpolitik, Interkulturelles Marketing, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik.</p> <p>Das Projektseminar „Marketing“ vermittelt allgemeine Grundlagen zum Projektmanagement im Marketing, gibt die Ziel- und Aufgabenstellung vor und teilt die Teams ein. Diese erarbeiten Lösungsansätze für vorgegebene nationale und interkulturelle Problemstellungen, die präsentiert und diskutiert werden.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis erprobt wird.
Literatur	<p>Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). <i>Marketing-Management: Konzepte - Instrumente – Unternehmensfallstudien</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2015). <i>Grundlagen des Marketing</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Kuster, J., Huber, E., & Lippmann, R. (2011). <i>Handbuch Projektmanagement (2. Aufl.)</i>. Berlin / Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	2. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten) (Deutsch)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	2,5/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 1		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.01	SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ekwuazi	ECTS	9
		Zeit gesamt	270h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Allgemeine Psychologie 2	30h (2 SWS)	105h	Deutsch
Vorlesung	Grundlagen Biologische Psychologie	30h (2 SWS)	105h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können affektive Phänomene der Handlungssteuerung inklusive ihrer interkulturellen Besonderheiten wiedergeben und Querverbindungen zwischen den verschiedenen allgemeinspsychologischen Bereichen herstellen, indem sie sich vertiefende englischsprachige Studien anhand von Originalliteratur selbst erarbeiten. Dies dient als Grundlage für ein vertieftes Verständnis wirtschaftspsychologischer Ansatzpunkte im weiteren Studium und im jeweiligen Berufsfeld.</p> <p>Die Studierenden können die Zusammenhänge zwischen grundlegenden biologischen Prozessen und komplexen psychologischen Phänomenen wiedergeben, indem sie wichtige physiologische Vorgänge, deren pathophysiologische Entgleisung und zentrale Konzepte und Forschungsmethoden der Biopsychologie beschreiben sowie die Schnittstelle zwischen Kultur und Biologie erläutern für ein vertieftes Verständnis neurowissenschaftlicher Schnittstellen z.B. in der Allgemeinen Psychologie, Klinischen Psychologie oder im jeweiligen Berufsfeld.</p>
Inhalte	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Allgemeine Psychologie 2“ gibt einen Überblick über entsprechende historische und aktuelle Theorien. Behandelt werden insbesondere Ansätze der Lern-, Emotions- und Motivationsforschung sowie Modelle der Gedächtnis- und Kommunikationsforschung. Auf deren Anwendungsbezüge in der Wirtschaftspsychologie wird eingegangen.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen Biologische Psychologie“ gibt einen Überblick über die Grundzüge der Biologischen Psychologie. Dazu gehören u.a. neuroanatomische, neurophysiologische und endokrinologische Grundlagen, Evolution und Entwicklung des Nervensystems, Sinnesphysiologie und Motorik. Es werden zudem Prinzipien der pharmakologischen Beeinflussung von Verhalten und Kognition bei Mensch und Tier vermittelt.</p>
Didaktisches Konzept	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Allgemeine Psychologie 2“ vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen Biologische Psychologie“ vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, das die Inhalte der Allgemeinen Psychologie vertieft und auf Inhalte der Klinischen Psychologie vorbereitet.</p>
Literatur	<p>Horstmann, G., & Dreisbach, G. (2012). <i>Allgemeine Psychologie 2 KOMPAKT</i>. Weinheim: Beltz.</p> <p>Güntürkün, O. (2012). <i>Biologische Psychologie</i>. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	3. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (120 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	9/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	METHODEN 3		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.02	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Statistics 1	30h (2 SWS)	90h	English
Übung	Exercise Statistics 1	30h (2 SWS)	90h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die Grundprinzipien der beschreibenden und explorativen Statistik und deren Anwendungen im Kontext interkultureller wirtschaftspsychologischer Fragestellungen wiedergeben und die theoretischen Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung beschreiben, indem sie statistische Indikatoren und Graphen mittels einer Statistiksoftware an Übungsaufgaben anwenden, um später in der Lage zu sein, eigene quantitative Entscheidungsgrundlagen zu erstellen sowie quantitative Studien der Wirtschaftspsychologie korrekt zu interpretieren.
Inhalte	<p>Der Schwerpunkt der Vorlesung liegt auf den Bereichen der beschreibenden Statistik, d.h. Darstellung von beobachteten Daten in tabellarischer und grafischer Form sowie der Beschreibung der Daten mithilfe von deskriptiv-statistischen Kennzahlen wie z.B. Lage- und Streuungsmaße etc., Korrelationen und Einführung in die Inferenzstatistik (Wahrscheinlichkeitsrechnung etc.).</p> <p>In den bungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von bungenaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS, R) praktisch aufgearbeitet. Schwerpunkt der bungenaufgaben sind interkulturelle Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt methodische Kenntnisse, die in begleitenden bungen u.a. unter Zuhilfenahme einer Statistiksoftware praktisch erprobt werden. Die regelmäßige Teilnahme und Bearbeitung der bungen bereitet die Studierenden kontinuierlich auf die Modulabschlussprüfung vor. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachigen Veranstaltungen erworben.
Literatur	<p>Coolican, H. (2014). <i>Research Methods and Statistics in Psychology</i> (6th edition). East Sussex: Psychology Press.</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). <i>Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	3. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	VWL 1 + IWK 2		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.03	SWS	4
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie	30h (2 SWS)	90h	Deutsch
Vorlesung	Grundlagen Ökonomische Psychologie	30h (2 SWS)	90h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können die grundlegenden Befunde und Theorien zum Erleben und Verhalten von Menschen in Arbeitsorganisationen darstellen sowie die Wirkung von Bedingungen in der Arbeitswelt auf das Erleben, Verhalten und die Kompetenzen (z.B. Arbeitsauftrag, Organisationsform, Führungsstil) beschreiben, indem sie sich in wissenschaftliche Texte einarbeiten, um später in der Lage zu sein, verschiedene Personal- und Organisationsentwicklungsprozesse in einer Organisation zu verstehen und zu beschreiben.</p> <p>Die Studierenden können psychologische Basiskonzepte auf die (klassische) Wirtschaftstheorie übertragen und Unterschiede in (wirtschaftspsychologischen) Verhaltensweisen oder Phänomenen in verschiedenen kulturellen Zusammenhängen benennen, indem sie einfache Experimente in der Ökonomischen Psychologie kennen lernen, um später im jeweiligen beruflichen Umfeld die Bedeutung der Psychologie im wirtschaftlichen Handeln zu erfassen.</p>
Inhalte	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie“ vermittelt einen Überblick über die wichtigsten Inhalte und Aufgabenbereiche der Arbeits- und Organisationspsychologie. Zentrale Themen sind Arbeits- und Anforderungsanalyse, Belastung und Beanspruchung, interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Arbeitszeitgestaltung und Arbeitssicherheit sowie Führung und Motivation, Berufswahl und berufliche Entwicklung, Teamarbeit, Arbeitsleistung, Leistungsbeurteilung, Organisationsdiagnose und Organisationsentwicklung.</p> <p>In der Vorlesung „Grundlagen ökonomische Psychologie“ geschieht eine Einordnung und Abgrenzung der ökonomischen Psychologie und die Problematik rationalen Verhaltens („Homo Oeconomicus“) wird behandelt. Es werden folgende Themen der ökonomischen Psychologie behandelt, nämlich (makroökonomische) Märkte, die Psychologie der Arbeitsmärkte und der Finanzmärkte sowie die Psychologie des Geldes / der Inflation und die Psychologie der Besteuerung sowie Schattenwirtschaft.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesungen „Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie“ und „Grundlagen Ökonomische Psychologie“ vermitteln wirtschaftspsychologische Fachkenntnisse.
Literatur	<p>Kauffeld, S. (2011). <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2014). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (3. Aufl.). Berlin: Springer.</p>

Schreyögg, G., & Geiger, D. (2015). *Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung*. Wiesbaden: Springer.

Kirchler, E. (2011). *Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat*. Göttingen: Hogrefe.

Wiswede, G. (2012). *Einführung in die Wirtschaftspsychologie*. Stuttgart: UTB.

Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Sozialpsychologie, Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie, Grundlagen BWL, Finanzierung
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	3. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (120 Minuten) Projektarbeit (2500 Wörter)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	SOFT SKILLS 3		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.04	SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen interkultureller Wirtschaftskommunikation	30h (2 SWS)	45h	Deutsch
Vorlesung	Grundlagen interkultureller Forschung und interkultureller Psychologie	30h (2 SWS)	45h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können kommunikative Stile unter kulturspezifischen Aspekten analysieren indem sie mit Theorien und Methoden der kulturvergleichenden Kommunikationsforschung vertraut gemacht werden, um später als Wirtschaftspsychologen der steigenden kulturellen Heterogenität des Unternehmensalltags gerecht werden zu können.
Inhalte	<p>Die Vorlesung „Grundlagen Interkultureller Wirtschaftskommunikation“ führt in kulturwissenschaftliche Grundlagen und für die Wirtschaft zentrale Aspekte der Kulturtheorieforschung ein, wie z.B. Kulturtheorien, Geschichte der interkulturellen Kommunikation, Kommunikationstheorien mit Querbezügen zu wirtschaftspsychologischen Bereichen.</p> <p>In der Vorlesung „Grundlagen interkultureller Forschung und interkultureller Psychologie“ werden die Besonderheiten interkultureller Forschungsmethoden (z.B. kulturübergreifende Interviews und Fragebögen, interkulturelle Berufsdiagnostik) erläutert. Zudem werden interkulturelle Ansätze innerhalb der Psychologie (z.B. Kulturpsychologie, kulturvergleichende Psychologie, indigene Psychologie) und zentrale Themen (z.B. interkulturelles Handeln, interkulturelles Lernen, interkulturelle Kompetenz) vorgestellt.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesungen vermitteln Fach- und Methodenkenntnisse für Wirtschaftspsychologen.
Literatur	<p>Bolten, J. (2015). <i>Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation</i>. Stuttgart: UTB.</p> <p>Haas, H. (2009). <i>Das interkulturelle Paradigma</i>. Passau: Karl Stutz.</p> <p>Berry, J. W., & Poortinga, Y. H. (2011). <i>Cross-cultural Psychology. Research and Applications</i>. Cambridge: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS

	Studiensemester	3. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 2		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.01	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Markt und Konsum]	ECTS	9
		Zeit gesamt	270h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Markt- und Werbepsychologie	30h (2 SWS)	105h	Deutsch/Englisch
Vorlesung	Grundlagen psychologischer Diagnostik	30h (2 SWS)	105h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können psychologische Konzepte, Theorien und Modelle der Markt- und Werbepsychologie sowie deren kulturelle Besonderheiten erläutern und Bezüge zu neuropsychologischen und psychologischen Grundlagen herstellen, indem sie Ergebnisse markt- und konsumentenpsychologischer Untersuchungen kritisch lesen lernen und geeignete Untersuchungsmethoden für praktische Fragestellungen in diesem Feld auswählen, ethische Probleme reflektieren und eine differenzierte eigene Stellungnahme formulieren, damit sie später eigenständig Untersuchungen planen, durchführen, auswerten und präsentieren können.</p> <p>Die Studierenden haben die notwendigen theoretischen, methodischen und praktischen Kenntnisse der psychologischen Diagnostik erworben und können diese zur erfolgreichen Bearbeitung diagnostisch-relevanter Probleme in verschiedenen Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie nutzen, indem sie geeignete Verfahren zur Erhebung diagnostischer Informationen kennen lernen.</p>
Inhalte	<p>In der Vorlesung „Markt- und Werbepsychologie“ werden die zentralen Theorien, Methoden und Forschungsergebnisse der Markt- und Konsumentenpsychologie dargestellt und hinsichtlich ihres Wertes für die Erklärung des Verhaltens von Menschen im Kontext von Markt und Konsum diskutiert sowie aktuelle und zukünftige Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen/-innen in der Markt- und Konsumentenpsychologie herausgestellt. Themen sind Menschenbilder und ethische Grundfragen der Marktpsychologie, psychologische Grundlagen der Werbung und ihre Anwendung in der Werbegestaltung, psychologische Werbewirkungsmodelle, psychologische Theorien und Modelle der Markenwirkung und Markenidentität, psychologische Aspekte der Marketinginstrumente sowie aktuelle und zukünftige praktische Aufgaben für Wirtschaftspsychologen/-innen in der Marktpsychologie. Bzgl. der Konsumentenpsychologie liegt der Fokus auf dem Konsumenten als Gegenstand der Konsumentenpsychologie, heimliche und manipulative Beeinflussung von Konsumenten als ethisches Problem, Konsumentenverhalten und Kundenzufriedenheit, Kaufentscheidungen, Grundlagen der Dienstleistungspsychologie, Kundenorientierung und Überzeugen durch Glaubwürdigkeit und Argumente.</p> <p>In der Vorlesung „Grundlagen psychologischer Diagnostik“ werden die Grundlagen psychologischer Diagnostik vermittelt: Definition psychologischer Diagnostik, Aufgabenbereiche, Fragestellungen, diagnostischer Prozess, Entscheidungsstrategien und -fehler, Methoden der Urteilsbildung, Darstellung unterschiedlicher Erhebungsverfahren (Tests, Fragebogen, Interviewmethoden, Verhaltensbeobachtung), Test-</p>

	theorien, Gütekriterien psychologischer Tests, praktische Anwendung psychologischer Diagnostik in unterschiedlichen Anwendungsbereichen sowie kultursensible Diagnostik.	
Didaktisches Konzept	<p>Die Vorlesung „Markt- und Werbepsychologie“ vermittelt wirtschaftspsychologisches Fachwissen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachigen Veranstaltungen erworben.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen psychologischer Diagnostik“ vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse. Überfachliche Kompetenzen können durch Vorträge, personale Kompetenzentwicklung mithilfe von Selbsterfahrungselementen ausgebaut werden.</p>	
Literatur	<p>Felser, G. (2015). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Moser, K. (Hrsg.). (2007). <i>Wirtschaftspsychologie</i>. Berlin: Springer</p> <p>Raab, G., & Unger, F. (2005). <i>Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung</i> (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</p> <p>von Rosenstiel, L., & Neumann, P. (2002). <i>Marktpsychologie. Ein Handbuch für Studium und Praxis</i>. Darmstadt: Primus.</p> <p>Töpfer, A. (Hrsg.). (2004). <i>Kundenzufriedenheit messen und steigern</i>. Darmstadt: Luchterhand.</p> <p>Wiswede, G. (2007). <i>Einführung in die Wirtschaftspsychologie</i> (4. Aufl.). München: UTB.</p> <p>Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i> (5. vollst. überarb. und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Stemmler, G. & Margraf-Stiksrud, J. (Hrsg.). (2015). <i>Lehrbuch Psychologische Diagnostik</i>. Bern: Huber/Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>	
Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	4. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (180 Minuten) (English und Deutsch)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	9/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	METHODEN 4		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.02	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Statistics 2	30h (2 SWS)	90h	English
Übung	Exercise Statistics 2	30h (2 SWS)	90h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen der Inferenzstatistik wiedergeben und beschreiben wie Tests statistischer Hypothesen für unterschiedliche Stichprobendesigns durchgeführt werden, indem sie inferenzstatistische Modelle mittels einer Statistiksoftware an Übungsaufgaben anwenden und auf interkulturelle wirtschaftspsychologische Fragestellungen übertragen, um später in der Lage zu sein, eigene quantitative Entscheidungsgrundlagen zu erstellen sowie quantitative Studien der Wirtschaftspsychologie korrekt zu interpretieren.
Inhalte	Der Schwerpunkt der Vorlesung liegt auf Signifikanztests und Stichprobengröße, Prüfung von Unterschiedshypothesen für Daten mit unterschiedlichen Messskalen, sowohl für unabhängige als auch für abhängige Stichproben, und der Dataverarbeitung im interkulturellen Kontext. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS oder R) praktisch aufgearbeitet.
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse, die in begleitenden Übungen u.a. unter Zuhilfenahme einer Statistiksoftware praktisch erprobt werden. Die regelmäßige Teilnahme und Bearbeitung der Übungen bereitet die Studierenden kontinuierlich auf die Modulabschlussprüfung vor. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachigen Veranstaltungen erworben.
Literatur	Pflicht: Coolican, H. (2014). <i>Research Methods and Statistics in Psychology</i> (6th edition). Psychology Press: East Sussex. Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). <i>Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i> . Hallbergmoos: Pearson.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Statistics 1
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	4. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls		VWL 2 + RECHT		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.03	SWS	4	
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	8	
		Zeit gesamt	240h	
Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	<i>Globalisation</i>	30h (2 SWS)	90h	English
Seminar	<i>Debates on Globalisation</i>	30h (2 SWS)	90h	English
Qualifikationsziele	Die Studierenden können die wirtschaftlichen Ursachen der Globalisierung und den Austausch von Menschen, Ideen, Rohstoffen und Kapital auf der ganzen Welt erklären und ihre geographischen, politischen und kulturellen Auswirkungen diskutieren, indem sie wichtige wirtschaftliche und politische Trends identifizieren und die Rolle des Handels dabei beschreiben, um später im jeweiligen beruflichen Umfeld die komplexen Phänomene der Globalisierung für Unternehmen und Haushalte besser nutzbar zu machen.			
Inhalte	<p>Die Vorlesung behandelt die Ökonomie der Globalisierung, insbesondere Trends und Entwicklungen auf den Produkt-, Finanz- und Faktormärkten, bespricht die Treiber von Globalisierung (New Economy und Liberalisierung) sowie die Globalisierung auf Unternehmensebene und die Internationalisierung von Forschung und Entwicklung.</p> <p>Das Seminar konzentriert sich auf die Globalisierung und ihre Auswirkungen auf verschiedene Themen, z.B. Politikgestaltung, kulturelle Vielfalt, weniger entwickelte Regionen und Nachhaltigkeit.</p>			
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für interkulturell bzw. international arbeitende Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen. Zudem werden überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung erworben.			
Literatur	<p>Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2014). <i>International Economics: Theory and Policy</i> (10th Edition). Edinburgh: Pearson.</p> <p>Ferguson, N. (2004). <i>Empire: The Rise and Demise of the British World Order and the Lessons for Global Power</i>. London: Penguin Books.</p> <p>Krugman, P. (29. December 2007). The Trouble with Trade. <i>New York Times</i>. Abgerufen am 22. März 2017.</p> <p>The Economist (13. October 2012). History: As You Were. <i>The Economist Newspaper</i>. Abgerufen von http://www.economist.com/node/21564413?zid=293&ah=e50f636873b42369614615ba3c16df4a</p> <p>The Economist (18. September 2008). A bigger world. A Special Report on Globalisation. <i>The Economist Newspaper</i>. Abgerufen von http://www.economist.com/node/12080751</p> <p>Stiglitz, J. E. (2007). <i>Making Globalization Work</i>. New York: W. W. Norton.</p> <p>Wolf, M. (2006). <i>Why Globalization Works</i>. Yale: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>			

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	SOFT SKILLS 4		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.04	SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	<i>History of Business</i>	30h (2 SWS)	45h	English
Seminar	<i>Case Study Colloquium</i>	30h (2 SWS)	45h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die der wirtschaftlichen Entwicklung verschiedener Nationen zugrundeliegenden kulturellen Prozesse identifizieren, indem sie mit Fallstudien und dem Erlernen von geschichtlichen Prozessen ausgewählte Regionen analysieren, um später in der Lage zu sein, komplexe der Internationalisierung von Unternehmen zugrundeliegende kulturelle Zusammenhänge zu verstehen.
Inhalte	<p>In der Vorlesung werden Prozesse der Industrialisierung verschiedener Länder dargestellt. Am Beispiel von Großbritannien, China, Russland und Japan werden verschiedene Modelle des wirtschaftlichen Handelns und ihre Verwurzelung im soziokulturellen Kontext des jeweiligen Landes erörtert.</p> <p>Im Seminar werden anhand von Fallstudien aus dem internationalen Management Verknüpfungen der verschiedenen wirtschaftlichen und psychologischen Disziplinen aufgezeigt und Lösungsansätze kritisch diskutiert.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für interkulturell bzw. international arbeitende Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen mit Bezug zu tagesaktuellen geschichtlich-kulturellen Prozessen, die im begleitenden Seminar mit dem Aufbau von daran anschließenden methodischen Kompetenzen durch Fallanalysen verbunden werden. Zudem trägt das Modul zur Entwicklung überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung bei.
Literatur	<p>Amatori, F., & Colli, A. (2011). <i>Business History – Complexities and Comparisons</i>. London: Routledge.</p> <p>Galbraith, J. K. (1998). <i>History of Economics – The Past as the Present</i>. London: Penguin.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	4. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	PRAXIS-/AUSLANDSSEMESTER		
Modulkürzel	IWP-B-1-5.01	SWS	–
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	30
		Zeit gesamt	900h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Praktikum	Berufspraktikum / Berufspraktikum im Ausland / Hochschulsemester im Ausland	10h	890h	–

Qualifikationsziele	Die Studierenden können ihre praktische Tätigkeit reflektieren oder ihre Studienleistungen dokumentieren und sind in der Lage, entweder das im Studium erworbene wirtschaftspsychologische Fachwissen in der Praxis anzuwenden und/oder interkulturelle und sprachliche Kompetenzen zu vertiefen. Sie erhalten Anregungen für die Schwerpunktsetzung im Masterstudium oder für mögliche Berufsfelder. Zudem vertiefen sie Planungs- und Organisationskompetenz.
Inhalte	<p>Wahlfächer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berufspraktikum im Inland: Es beinhaltet die inhaltlich qualifizierte Mitarbeit bei Aufgaben oder in Projekten zu Themenstellungen der Wirtschaftspsychologie, z.B. in der Personalabteilung, Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Personalberatung, der Markt- und Medienforschung, Verwaltung (z.B. Krankenhaus, Behörde, Arbeitsagentur), in Medienunternehmen oder als freier Trainer. • Berufspraktikum im Ausland: Es beinhaltet ebenfalls die inhaltlich qualifizierte Mitarbeit bei Aufgaben oder in Projekten zu Themenstellungen der Wirtschaftspsychologie, z.B. in der Personalabteilung, Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Personalberatung, der Markt- und Medienforschung, Verwaltung (z.B. Krankenhaus, Behörde, Arbeitsagentur), in Medienunternehmen oder als freier Trainer. • Hochschulsemester im Ausland: Hier bildet das Absolvieren definierter Studienelemente, die verwandt mit den Inhalten der Wirtschaftspsychologie sind, einen Schwerpunkt. Ein weiterer Aspekt ist, die Aufbauarbeiten der Hochschule Hamm-Lippstadt im Bereich von Kooperationen mit Partnerhochschulen im Ausland zu unterstützen. Hierbei werden die Studierenden von einer Betreuerin/einem Betreuer der Hochschule unterstützt.
Didaktisches Konzept	Die berufspraktische und / oder interkulturelle und fachwissenschaftliche Dimension des Studiengangs wird hier intensiviert, sodass sukzessiv berufspraktische und / oder interkulturelle und fachwissenschaftliche Kompetenzen aufgebaut und zur Reflexion über Kohärenz von Zielen und Praxis angeregt wird.
Literatur	Praktikumsordnung

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	5. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Praktikumsbericht (Umfang 20 Seiten) Mündlicher Vortrag (15 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	30/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 3		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.01	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Differentielle und Klinische Psychologie]	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Einführung Klinische Psychologie	30h (2 SWS)	90h	Deutsch
Vorlesung	Vertiefung Klinische Psychologie	30h (2 SWS)	90h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Lernenden können theoretische Modelle zur Erklärung psychischer Störungen und ihrer wichtigsten Therapieverfahren erläutern und kritisch beurteilen, indem sie Symptomatik, Klassifikation und Ätiologie der wichtigsten psychischen Störungen sowie die Kulturgebundenheit der Pathologisierung und die empirische Evidenz der Konstrukte und Interventionen zur Erläuterung heranziehen, um später im jeweiligen Berufsfeld den Varianzbereich des Normalen sowie seiner Abweichung im menschlichen Erleben und Verhalten z.B. der Mitarbeiter, Konsumenten etc. einschätzen zu können.										
Inhalte	Die Vorlesung „Grundlagen der Klinischen Psychologie“ vermittelt störungsübergreifend grundlegende Kenntnisse zur Epidemiologie, Klassifikation, Diagnostik, Ätiologie und Therapie psychischer Störungen. Darüber hinaus werden die zentralen theoretischen und psychotherapeutischen Richtungen innerhalb der klinischen Psychologie behandelt sowie grundlegende Strategien der klinisch-psychologischen Forschung vermittelt. Zur Illustration dieser Inhalte werden ausgewählte Störungsbilder genauer dargestellt und Wahrnehmungen in unterschiedlichen Kulturen diskutiert. In der Vorlesung „Vertiefung in Klinischer Psychologie“ werden die Themen der Grundlagenvorlesung erweitert sowie ein umfassender Überblick über die Phänomenologie, Klassifikation, Diagnostik, Ätiologie und Behandlung der wichtigsten psychischen Störungen gegeben.										
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt angewandtes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/ Wirtschaftspsychologinnen auf Grundlage der Inhalte der Allgemeinen Psychologie, Sozialpsychologie, Differentiellen Psychologie und Biologischen Psychologie.										
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.										
Rahmenbedingungen	<table border="1"> <tr> <td>Teilnahmeempfehlungen</td> <td>–</td> </tr> <tr> <td>Häufigkeit des Angebots</td> <td>Jedes SS</td> </tr> <tr> <td>Studiensemester</td> <td>6. Semester</td> </tr> <tr> <td>Dauer</td> <td>1 Semester</td> </tr> <tr> <td>Verwendbarkeit des Moduls</td> <td>–</td> </tr> </table>	Teilnahmeempfehlungen	–	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS	Studiensemester	6. Semester	Dauer	1 Semester	Verwendbarkeit des Moduls	–
Teilnahmeempfehlungen	–										
Häufigkeit des Angebots	Jedes SS										
Studiensemester	6. Semester										
Dauer	1 Semester										
Verwendbarkeit des Moduls	–										

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	PROJEKTARBEIT		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.02	SWS	3
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	8
		Zeit gesamt	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Theoretische und methodologische Grundlagen	30h (2 SWS)	60h	Deutsch / English
Übung	Empirische Arbeit	15h (1 SWS)	135h	Deutsch / English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können eine empirische Studie durchführen und mit Bezug auf wissenschaftliche Theorien und empirische Befunde argumentieren, indem sie sich vertiefendes Wissen aus der Fachliteratur erschließen, eine empirische Studie planen, Daten erheben, auswerten und die Ergebnisse wissenschaftlich präsentieren, um sich auf spätere Forschungsarbeiten, wie z.B. die Bachelorarbeit, vorzubereiten.
Inhalte	Das Experimentalpraktikum dient der Gewinnung praktischer Labor- und Felderfahrung in der Anwendung empirischer Forschungsmethoden der Psychologie. Unter Anleitung entwickeln die Studierenden eine konkrete, mit empirischen Methoden zu bearbeitende Fragestellung, sichten hierzu die einschlägige wissenschaftliche Literatur, erheben mit empirischen Methoden Daten zur Prüfung der aufgestellten Hypothesen, wenden statistische Prüfverfahren an, diskutieren die Befunde und präsentieren die Ergebnisse in Posterform oder fertigen einen Forschungsbericht im Format einer wissenschaftlichen Publikation an.
Didaktisches Konzept	Das Seminar ermöglicht den Ausbau methodischer Kompetenzen, die in der Übung als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen von Projektarbeit in Kleingruppen erprobt wird.
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	6. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Poster (A1) oder Forschungsbericht (Umfang 5.000 Wörter) (frei wählbar in Deutsch oder English)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	INTERKULTURELLES PERSONALMANAGEMENT		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.05	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Recht für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	45h	Deutsch
Tutorium	Tutorium Recht für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	45h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden erlernen die Grundbegriffe und Grundlagen des Staats- und Europarechts sowie des internationalen Wirtschaftsrechts, indem sie an Fallbeispielen rechtliche Bestimmungen anwenden, um später im jeweiligen Berufsfeld die rechtlichen Aspekte des Handelns einschätzen zu können.
Inhalte	Die Studierenden erarbeiten nach einer allgemeinen Einführung in juristische Grundbegriffe und Grundlagen des Staats- und Europarechts sowie des internationalen Wirtschaftsrechts spezifische rechtliche Grundlagen des Studienschwerpunkts Arbeits- und Organisationspsychologie, wie z.B. Arbeitsrecht.
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/ Wirtschaftspsychologinnen aus einer anderen Disziplin.
Literatur	Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	6. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	INTERKULTURELLES MARKETING		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.04	SWS	–
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Übung	Social Credits	–	150h	–

Qualifikationsziele	Die Studierenden lernen eigenes bürgerschaftliches Engagement zu reflektieren, um später im Aufbau ihrer Schlüsselkompetenzen gestärkt zu werden, wie z.B. Ausdauer, Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Übernahme sozialer Verantwortung und Umgang mit interkulturellen Aspekten.
Inhalte	Studierende engagieren sich freiwillig zur Förderung des Gemeinwohls im öffentlichen Raum. Dies kann im In- oder Ausland erfolgen. Tätigkeiten sind z.B. die Mitarbeit in Hochschulgremien (Fachschaft, Fachbereichsrat, Stupa, AStA, Senat der Hochschule, Studienkommission oder Prüfungskommission), die Organisation und Durchführung von studentischen Veranstaltungen und Initiativen, Ehrenämter in der Kommune, Hilfsgütertransporte etc.
Didaktisches Konzept	Die Veranstaltung ermöglicht den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen.
Literatur	Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	7. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Leistungsnachweis
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	BACHELORARBEIT		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.01	SWS	2
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	14
		Zeit gesamt	420h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
–	Bachelorarbeit	–	360h	Deutsch / English
Seminar	Colloquium	30h (2 SWS)	30h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können ein eigenes wissenschaftliches Werk zu einem eingegrenzten Thema erarbeiten und verfassen, indem sie selbstständig Fachwissen auf ein begrenztes Themengebiet transferieren, methodisch unter Einhaltung wissenschaftlicher Qualitätsstandards umsetzen und wissenschaftlich dokumentieren, um später eigene wissenschaftliche Forschungsarbeiten durchführen zu können.
Inhalte	Der Inhalt des Bachelormoduls bezieht sich auf kleinere, fortgeschrittene Problemstellungen der interkulturellen Wirtschaftspsychologie, die selbst gewählt oder vorgegeben werden. Diese werden innerhalb des festgelegten Zeitraumes von zehn Wochen bearbeitet. Kenntnisse und Methoden des Faches werden angewendet, Ergebnisse werden wissenschaftlich präzise und verständlich dargestellt. In dem zugehörigen Colloquium erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihre Arbeit und ihre Arbeitsweise zu präsentieren und zu diskutieren.
Didaktisches Konzept	Durch die selbstständige forschungsorientierte Untersuchung bauen die Studierenden Kompetenzen in wissenschaftlichem Arbeiten aus.
Literatur	

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	7. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Bachelorarbeit (15.000 Wörter) (frei wählbar in Deutsch oder English) Referat (30 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	21/210 der Gesamtnote (1,5-fache Gewichtung)

WAHLPFLICHTMODULE

Titel des Moduls	WAHLPFLICHTMODUL 1A: INTERNATIONAL HUMAN RESOURCES & ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.03	SWS	4
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie	30h (2 SWS)	45h	Deutsch
Projektseminar	Praxis Arbeits- und Personalpsychologie	30h (2 SWS)	45h	Deutsch

Qualifikationsziele	Studierende können grundlegende Theorien und Methoden der Arbeits- und Personalpsychologie erklären und analysieren und grundlegende Inhalte und Methoden der Personalpsychologie bewerten, indem sie konkrete Pläne für arbeits- und personalpsychologische Diagnostik entwickeln und psychologisch fundierte Interventionsmaßnahmen konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.
Inhalte	Den Schwerpunkt des Seminars „Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie“ bilden Theorien und Methoden der Arbeits- und Personalpsychologie, insbesondere zu Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung, Personalauswahl, Personalentwicklung, Führung sowie Stress und Work-Life-Balance, auch in Bezug auf interkulturelle Besonderheiten. Im Projektseminar sollen eigene beispielhafte Untersuchungen konzipiert werden.
Didaktisches Konzept	Das Seminar fördert selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten mit Übungen, Diskussionen und Vorträgen und vermittelt vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis erprobt wird.
Literatur	<p>Kauffeld, S. (2011). <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2014) <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (3. Aufl.). Berlin: Springer.</p> <p>Schreyögg, G., & Geiger, D. (2015). <i>Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung</i>. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Schuler, H. & Kanning, U. P. (2014). <i>Lehrbuch der Personalpsychologie</i> (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	6. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Portfolio
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	WAHLPFLICHTMODUL 1B: INTERNATIONAL MARKETING & SALES		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.03	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Markt und Konsum]	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Vertiefung Konsumentenpsychologie	30h (2 SWS)	45h	English
Projektseminar	Praxis Konsumentenpsychologie	30h (2 SWS)	45h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können vertiefende Theorien und Methoden der Konsumentenpsychologie erklären und analysieren und können grundlegende Inhalte und Methoden bewerten, indem sie konkrete Pläne für konsumentenpsychologische Untersuchungen entwickeln und durchführen sowie wirtschaftspsychologisch fundierte Interventionsmaßnahmen unter Einbezug interkultureller Aspekte konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.
Inhalte	Das Seminar behandelt vertiefende Theorien und Befunde zum Konsumentenverhalten und Konsumententypologien wie z.B. die praktische Untersuchung des Kaufverhaltens von Konsumenten, rechtliche und ethische Probleme der Datenerhebung, die Untersuchung der Persönlichkeitseigenschaften von Konsumenten, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sowie Entwicklung von Kundentypologien mit Clusteranalysen. Im Projektseminar sollen eigene beispielhafte Untersuchungen, die interkulturelle Aspekte mit einbeziehen, angeleitet konzipiert werden.
Didaktisches Konzept	Das Seminar fördert selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten mit Übungen, Diskussionen und Vorträgen und vermittelt vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis erprobt wird.
Literatur	<p>Felser, G. (2015). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W. (1994). <i>Zur Psychologie der Dienstleistung</i>. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Müller, A., Jonas, K. J., & Boos, M. (Hrsg.). (2008). <i>Wirtschaftspsychologie IV: Psychologie der Marke</i>. Lengerich: Pabst.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	6. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Portfolio
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	WAHLPFLICHTMODUL 2: EINFÜHRUNG QUANTITATIVE METHODEN		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.04	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Introduction to Quantitative Methods	30h (2 SWS)	45h	English
Übung	Exercise Quantitative Methods	30h (2 SWS)	45h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können fortgeschrittene statistische Methoden anwenden, indem sie in Gruppen eine eigene quantitative Analyse zu Inhalten des Wahlpflichtmoduls 1 mit einer Statistiksoftware durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.
Inhalte	Studierende erarbeiten sich in der Vorlesung einführende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen ökonomischen Projekt an. Der Fokus der Vorlesung liegt auf der Einführung in quantitative Methoden, u.a. multiple Regressionen, Diagnostiken für die Regressionsgüte, Interaktionseffekte, Einführung in Mehrebenenmodelle und feste und zufällige Effekte. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung der Statistiksoftware R praktisch erarbeitet und bereiten somit die Grundlage für die eigenständige Durchführung der Projektarbeit.
Didaktisches Konzept	Die Veranstaltungen verbinden die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen ökonomischen Projekten, die sich thematisch aus dem Wahlpflichtmodul 1 generieren.
Literatur	Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson. Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	6. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Projektarbeit (Umfang 2-3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	WAHLPFLICHTMODUL 3A: INTERNATIONAL HUMAN RESOURCES & ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT			
Modulkürzel	IWP-B-1-7.02	SWS	4	
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	5	
		Zeit gesamt	150h	
Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Organisation Theory and Design	30h (2 SWS)	45h	English
Seminar	Angewandte Organisationstheorie	30h (2 SWS)	45h	Deutsch
Qualifikationsziele	Die Studierenden können Prozesse der Strategiefindung und -umsetzung in Organisationen erklären, indem sie anhand von Fallstudien mithilfe verschiedener analytischer Ansätze der Organisationswissenschaften im Unternehmen auftretende Probleme untersuchen, um später als Wirtschaftspsychologen ein Verständnis für die Dynamik und die strukturellen und soziokulturellen Mechanismen des "Management"-Felds zu haben.			
Inhalte	<p>Das Seminar „Organisationstheorie“ behandelt die grundlegenden Theorien der Organisationswissenschaft (Resource Dependence Theory, Institutional Theory, Contingency Approach, Population Ecology etc.). Vorgestellte Ansätze werden als „Werkzeugbox“ an aktuellen Beispielen angewendet, um Lösungsvorschläge zu entwickeln.</p> <p>In dem Seminar „Angewandte Organisationstheorie“ lernen Studierende die Anwendung grundlegender Theorien der Organisationswissenschaft auf aktuelle Probleme der Wirtschaft, wie z.B. Mergers im internationalen Kontext.</p>			
Didaktisches Konzept	In den Seminaren werden theoretische Konzepte auf Fallstudien und evtl. praktische Erfahrungen der Studierenden angewendet und deren Relevanz und Bedeutung (kritisch) diskutiert.			
Literatur	<p>Daft, R.L., Murphy, J., & Wilmott, H. (2010). <i>Organization Theory and Design</i> (2nd edition). Hampshire: Cengage Learning.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>			
Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–		
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS		
	Studiensemester	7. Semester		
	Dauer	1 Semester		
	Verwendbarkeit des Moduls	–		

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Min) (English)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	WAHLPFLICHTMODUL 3B: INTERNATIONAL MARKETING & SALES		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.02	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Markt und Konsum]	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Vertiefung Marktpsychologie	30h (2 SWS)	45h	Deutsch/English
Projektseminar	Praxis Marktpsychologie	30h (2 SWS)	45h	Deutsch/English

Qualifikationsziele	Studierende können vertiefende Theorien und Methoden der Marktpsychologie erklären und analysieren und können grundlegende Inhalte und Methoden bewerten, indem sie marktpsychologische Untersuchungen kritisch diskutieren und unterschiedliche Erhebungsinstrumente anhand vorgegebener Forschungsfragen mit interkulturellen Bezügen in eigenen Untersuchungen anwenden sowie wirtschaftspsychologisch fundierte Interventionsmaßnahmen unter Einbezug interkultureller Aspekte konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.
Inhalte	Gegenstand des Seminars sind die psychologischen Grundlagen der Werbung und ihre Anwendung in der Werbegestaltung, psychologische Werbewirkungsmodelle (Methoden der Werbewirkungsforschung; eyetracking), psychologische Theorien und Modelle der Markenwirkung, Markenidentität sowie psychologische Aspekte der Marketinginstrumente (Marke und Produkt, Preis und Konditionen, Vertrieb, Public-Relations und Kommunikation). Im Projektseminar sollen eigene beispielhafte Untersuchungen im interkulturellen Kontext angeleitet konzipiert werden.
Didaktisches Konzept	Die Seminare vermitteln vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts und dienen der berufspraktischen Erprobung der gelernten Inhalte.
Literatur	Raab, G., & Unger, F. (2005). <i>Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung</i> (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler. von Rosenstiel, L., & Neumann, P. (2002). <i>Marktpsychologie. Ein Handbuch für Studium und Praxis</i> . Darmstadt: Primus. Griseri, P., & Seppala, N. (2010). <i>Business Ethics and Corporate Social Responsibility</i> . Hampshire: Cenage Learning. Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Markt- und Konsumentenpsychologie
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	7. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Portfolio (English)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	WAHLPFLICHTMODUL 4: VERTIEFUNG PSYCHOLOGISCHE DIAGNOSTIK		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.03	SWS	4
Modulverantwortlich	Constanze Beierlein	ECTS	5
		Zeit gesamt	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Vertiefung psychologische Diagnostik	30h (2 SWS)	45h	English
Übung	Übung zu Vertiefung psychologische Diagnostik	30h (2 SWS)	45h	English

Qualifikationsziele	Die Studierenden können vertiefende Methoden psychologischer Diagnostik anwenden, indem sie diagnostische Fragestellungen des Wahlpflichtmoduls 3 entwickeln, theoretisch und praktisch anwenden sowie die Ergebnisse kompetent analysieren und interpretieren, um später Herausforderungen bei der Anwendung diagnostischer Methoden zu kennen und Untersuchungen fundiert durchführen zu können.
Inhalte	Die Veranstaltungen vermitteln vertiefte Kenntnisse spezieller psychologisch-diagnostischer Methoden (z.B. Konfirmatorische Faktorenanalyse, Verhaltensbeobachtung). Zudem werden ausgewählte Fragestellungen der angewandten Diagnostik in spezifischen Anwendungsfeldern der Diagnostik exemplarisch vorgestellt. Es werden Querverweise auf die Relevanz der Methoden im Wahlpflichtmodul 1 und 3 geleistet. In der Übung wird aufbauend auf den Inhalten der Vorlesung die praktische Anwendung der speziellen Methoden geübt. Es wird den Studierenden im Rahmen einer Projektarbeit die Möglichkeit gegeben, diagnostische Methoden anhand eigener interkultureller Fragestellungen bzw. anhand ausgewählter Fallbeispiele aktiv auszuprobieren und Handlungskompetenzen zu erwerben.
Didaktisches Konzept	Die Veranstaltungen verbinden die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext.
Literatur	Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i> (5. vollst. überarb und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer. Werner, C. S., Schermelleh-Engel, K., Gerhard, C., & Gäde, J. C. (2016). Strukturgleichungsmodelle. In N. Döring & J. Bortz (Hrsg.), <i>Forschungsmethoden und Evaluation</i> (5. Aufl.; S. 945-973). Heidelberg: Springer. Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	7. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Projektarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)