

MODULHANDBUCH

BACHELORSTUDIENGANG

INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

ABSCHLUSS: BACHELOR OF SCIENCE

Gültigkeitszeitraum: 1. September 2017 bis 31. August 2018

Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 27.06.2016

INHALT

ALLGEMEINES	2
Studienziele	3
Übersicht über Module und Leistungspunkte in IWP	3
Modulpläne	5
Berufliche Tätigkeitsfelder	5
PFLICHTMODULE	7
ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE I	8
SOZIALPSYCHOLOGIE	10
EINFÜHRUNG INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE	12
STATISTIK 1.....	14
GRUNDLAGEN BWL.....	16
ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE 2	18
ENTWICKLUNGSPSYCHOLOGIE	20
DIFFERENTIELLE UND PERSÖNLICHKEITSPSYCHOLOGIE.....	22
STATISTIK 2.....	24
FINANZIERUNG	26
BIOLOGISCHE PSYCHOLOGIE.....	28
ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE	30
ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE	32
THEORIEN INTERKULTURELLEN HANDELNS.....	34
MARKETING	36
MARKT- UND KONSUMENTENPSYCHOLOGIE.....	38
GRUNDLAGEN PSYCHOLOGISCHE DIAGNOSTIK	40
TESTKONSTRUKTION / DIAGNOSTISCHE VERFAHREN.....	42
WIRTSCHAFTSBEZOGENE KULTURGESCHICHTE	44
GLOBALISIERUNG	46
AUSLANDSPRAKTIKUM / AUSLANDSORIENTIERTES PRAKTIKUM.....	48
KLINISCHE PSYCHOLOGIE	50
EXPERIMENTALPRAKTIKUM.....	52
BACHELORARBEIT	54
WAHLPFLICHTMODULE	56
SCHWERPUNKT 1A: ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE	57
SCHWERPUNKT 1B: MARKT- UND KONSUMENTENPSYCHOLOGIE	60
SCHWERPUNKT 1C: ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE	63

SCHWERPUNKT 2A: ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE	66
SCHWERPUNKT 2B: MARKT- UND KONSUMENTENPSYCHOLOGIE	69
SCHWERPUNKT 2C: ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE	72

ALLGEMEINES

Studienziele

- (1) Das Bachelorstudium in dem Studiengang „Interkulturelle Wirtschaftspsychologie“ vermittelt den Studierenden unter Berücksichtigung der Anforderungen und Veränderungen in der Berufswelt die erforderlichen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen in den psychologischen Grundlagen und ihrer wirtschaftspsychologischen Anwendung, in dem Bereich der Wirtschaft, der Methodenlehre und der interkulturellen Kommunikation.
- (2) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt menschliches Erleben und Verhalten in Wirtschaftskontexten zu erfassen. Sie haben darüber hinaus Kompetenzen erworben, um wissenschaftlich zu arbeiten und zu kommunizieren sowie wissenschaftliche Erkenntnisse kritisch einzuordnen. Sie besitzen insbesondere interkulturelle Schlüsselkompetenzen durch die Auseinandersetzung mit Menschen, Organisationen und Märkten anderskultureller Prägung.
- (3) Interkulturelle Wirtschaftspsychologie versteht sich als ein international ausgerichteter Studiengang mit englischsprachigen Lehrangeboten, internationalen Gastprofessuren und einem Auslandspraxissemester bzw. auslandsorientierten Praxissemester.
- (4) Die Bachelorprüfung beendet die Berufsqualifizierung in dem Bachelorstudiengang an der Hochschule Hamm-Lippstadt.

Übersicht über Module und Leistungspunkte in IWP

- (1) **Pflichtbereich** mit 174 LP und Modulprüfungen in den Modulen:

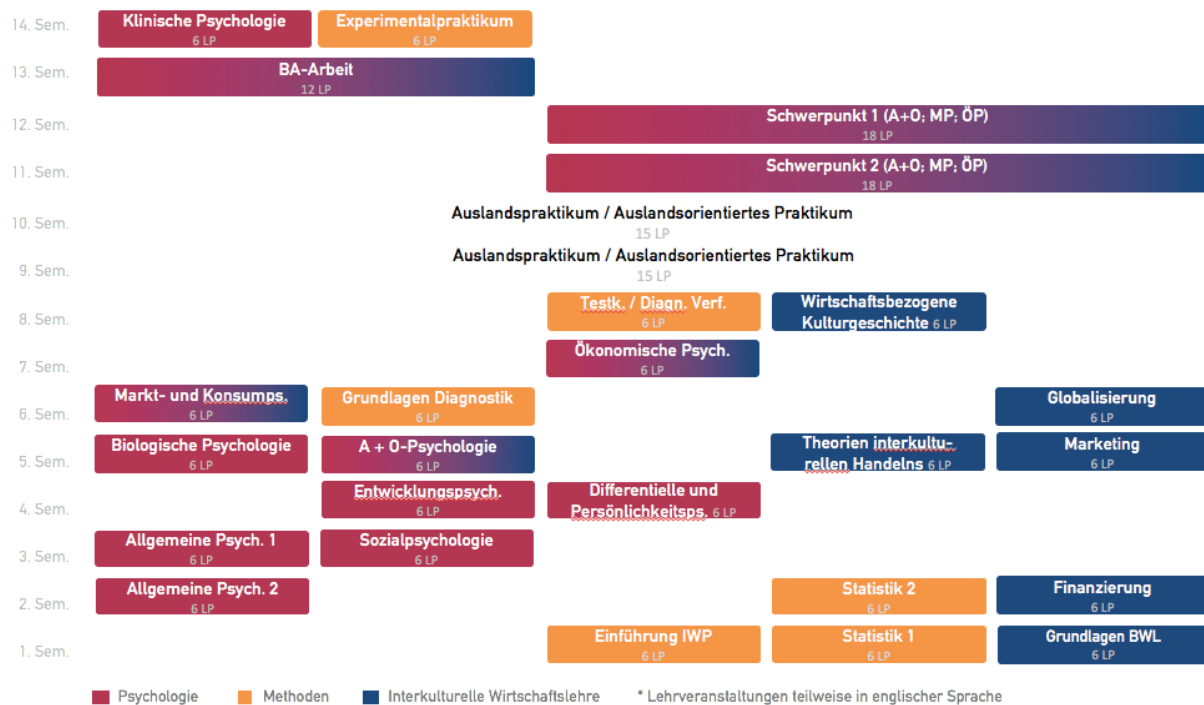
a)	Allgemeine Psychologie 1	6 LP
b)	Sozialpsychologie	6 LP
c)	Einführung Interkulturelle Wirtschaftspsychologie	6 LP
d)	Statistik 1	6 LP
e)	Grundlagen BWL	6 LP
f)	Allgemeine Psychologie 2	6 LP
g)	Entwicklungspsychologie	6 LP
h)	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie	6 LP
i)	Statistik 2	6 LP
j)	Finanzierung	6 LP
k)	Arbeits- und Organisationspsychologie (A+O)	6 LP
l)	Biologische Psychologie	6 LP
m)	Ökonomische Psychologie (ÖP)	6 LP
n)	Theorien interkulturellen Handelns	6 LP
o)	Marketing	6 LP
p)	Markt- und Konsumentenpsychologie (MP)	6 LP
q)	Grundlagen psychologische Diagnostik	6 LP
r)	Testkonstruktion / Diagnostische Verfahren	6 LP
s)	Wirtschaftsbezogene Kulturgeschichte	6 LP
t)	Globalisierung	6 LP
u)	Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum	30 LP
v)	Klinische Psychologie	6 LP
w)	Experimentalpraktikum	6 LP
x)	Bachelorarbeit	12 LP

- (2) **Schwerpunktbereich** im Umfang von 36 LP. Die Studierenden wählen im sechsten Semester einen von drei Schwerpunkten aus Schwerpunkt 1 und im siebten Semester einen von drei Schwerpunkten aus Schwerpunkt 2.

6. Semes- ter	Schwerpunkt 1A: Arbeits- und Organisationspsychologie	18 LP
	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie • Praxis Arbeits- und Personalpsychologie 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Recht für Wirtschaftspsychologen • Submodul Einführung Quantitative Methoden • Submodul Training 	
	Schwerpunkt 1B: Markt- und Konsumentenpsychologie	18 LP
	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung Konsumentenpsychologie • Praxis Konsumentenpsychologie • Recht für Wirtschaftspsychologen • Submodul Einführung Quantitative Methoden • Submodul Kundenzufriedenheitsanalyse 	
	Schwerpunkt 1C: Ökonomische Psychologie	18 LP
	<ul style="list-style-type: none"> • Verhaltensökonomie der Arbeits-, Absatz- & Verbrauchermärkte • Recht für Wirtschaftspsychologen • Submodul Einführung Quantitative Methoden • Submodul Nudging 	
7. Semester	Schwerpunkt 2A: Arbeits- und Organisationspsychologie	18 LP
	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation Theory and Design • Angewandte Organisationstheorie • Ethik für Wirtschaftspsychologen • Submodul Vertiefung psychologische Diagnostik • Submodul Social Credits 	
	Schwerpunkt 2B: Markt- und Konsumentenpsychologie	18 LP
	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung Marktpsychologie • Praxis Marktpsychologie • Ethik für Wirtschaftspsychologen • Submodul Vertiefung psychologische Diagnostik • Submodul Social Credits 	
	Schwerpunkt 2C: Ökonomische Psychologie	18 LP
	<ul style="list-style-type: none"> • Verhaltensökonomie der Finanz- und Kapitalmärkte • Ethik für Wirtschaftspsychologen • Submodul Vertiefung psychologische Diagnostik • Submodul Social Credits 	

Modulpläne



Berufliche Tätigkeitsfelder

Wirtschaftspsychologinnen und –psychologen steht eine Vielzahl von beruflichen Tätigkeiten offen. Überall dort, wo es um die Analyse und Untersuchung von menschlichem Erleben und Verhalten und Wirtschaftskontexten geht

oder Maßnahmen und Konzepte zur Optimierung und Veränderung dieses Erlebens und Verhaltens entwickelt werden, können Wirtschaftspsychologinnen arbeiten. Z.B.:

- Personalabteilung
- Unternehmensberatung
- Marktforschung
- Marketingberatung
- Vertrieb und Verkauf
- Werbung, Markenkommunikation und PR
- Banken und Börsen
- Entwicklungszusammenarbeit etc.

Bezogen auf die drei Schwerpunktbereiche des Studiums könnten dies folgende sein:

Arbeit- und Organisationspsychologie

- Arbeits- und Organisationspsychologin
- Personalentwicklerin
- Personalreferentin
- Recruiter
- Trainerin oder Trainer, Coach

Markt- und Konsumentenpsychologie

- Werbepsychologin
- Marktforscherin
- Meinungsforscherin
- Kommunikationsmanagerin

Ökonomische Psychologie

- Finanz- und Börsenpsychologin
- Wirtschaftsforscherin
- Unternehmensberaterin
- Politikberaterin

PFLICHTMODULE

Titel des Moduls	ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE I		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.05	SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Allgemeine Psychologie I	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Vertiefung Allgemeine Psychologie I	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können kognitive Phänomene der Handlungssteuerung inklusive ihrer interkulturellen Besonderheiten wiedergeben und erklären, indem sie sich vertiefende englischsprachige Studien anhand von Originalliteratur selbst erarbeiten, präsentieren und kritisch im Plenum diskutieren. Dies dient als Grundlage für ein vertieftes Verständnis wirtschaftspsychologischer Ansatzpunkte im weiteren Studium und im jeweiligen Berufsfeld.
Inhalte	<p>Gegenstand der Allgemeinen Psychologie 1 sind die Schwerpunkte Wahrnehmung, Psychophysik, Aufmerksamkeit, Denken und Sprache und deren interkulturelle Aspekte.</p> <p>Die Vorlesung führt in die wichtigsten Basiskonzepte 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>In dem Seminar werden diese Grundlagen anhand ausgewählter experimenteller und interkultureller Studien vertieft, indem vorgegebene Studien referierend vorgelesen, deren Problematik im Plenum diskutiert und deren Anwendungsbezüge in der Wirtschaftspsychologie aufgezeigt werden.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, das im vertiefenden Seminar mit dem Erwerb überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren von englischsprachiger Fachliteratur verbunden wird.
Literatur	<p>Sperring, M., & Schmidt, T. (2012). <i>Allgemeine Psychologie 1 KOMPAKT</i>. Weinheim: Beltz.</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)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	SOZIALPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.06	SWS	4
Modulverantwortlich	Constanze Beierlein	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Foundations of Social Psychology	30h (2 SWS)	60h	English
Seminar	Vertiefung Sozialpsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	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.
Inhalte	<p>Gegenstand der Sozialpsychologie ist das Erleben und Verhalten von Individuen im sozialen bzw. soziokulturellen Kontext. Kernthemen der Sozialpsychologie sind u.a. soziale Kognition, Intergruppenbeziehungen, Vorurteile und Diskriminierung, Einstellungen, Konformität und Gehorsam.</p> <p>Die Vorlesung 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> <p>In dem Seminar werden ausgewählte Themen der Sozialpsychologie behandelt. Die Studierenden erarbeiten sich z.B. im Rahmen von Kleingruppenarbeiten eine vertiefte Kenntnis spezifischer sozialpsychologischer Themen und Forschungsmethoden. Dabei werden besondere Bezüge zur Interkulturellen Wirtschaftspsychologie aufgezeigt. Durch die theoretische Vermittlung, die praktische Einübung sowie die Rückmeldung von Lehrenden und weiteren Seminarteilnehmenden erwerben Studierende zudem Kompetenzen in Präsentation und Moderation.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen und ermöglicht den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung. Im vertiefenden Seminar erwerben Studierende weitere überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren englischsprachiger Fachliteratur.
Literatur	<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>

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	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	EINFÜHRUNG INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.07	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Einführung in die Forschungsmethoden	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Wissenschaftstheorie, Geschichte und Ethik der Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die Entwicklung des Faches Psychologie und ihres Selbstverständnisses anhand wissenschaftstheoretischer Konzepte, historischer Etappen, ethischer Fragestellungen und 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	<p>Gegenstand des Moduls ist die Einführung in die Entwicklung des Fachs und seiner Forschungsmethoden.</p> <p>Die Vorlesung "Einführung in die Forschungsmethoden" liefert eine Einführung in das Spektrum psychologischer Forschungsmethoden mit ihren wissenschaftstheoretischen Implikationen und in ihren ideengeschichtlichen Zusammenhängen. Es werden theoretische Grundlagen vermittelt, um eine wissenschaftliche Untersuchung zu konzipieren, durchzuführen, auszuwerten und angemessen interpretieren zu können.</p> <p>Das Seminar „Wissenschaftstheorie, Geschichte und Ethik der Psychologie“ 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.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung verbindet grundlegende wissenschaftliche und methodische Kompetenzentwicklung, die in einer Projektarbeit verschriftlicht wird. Die Seminare sind geprägt von fachlichen Diskussionen zu grundlegenden psychologischen Fragestellungen, um sich mit dem Berufsbild des Wirtschaftspsychologen/der Wirtschaftspsychologin vertraut zu machen.
Literatur	<p>Hussy, W., & Schreier, M. (2013). <i>Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor</i>. Berlin u.a.: Springer.</p> <p>Bischof, N. (2014). <i>Psychologie: Ein Grundkurs für Anspruchsvolle</i>. Stuttgart: Kohlhammer.</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	Projektarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	STATISTIK 1		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.08	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Statistics 1	30h (2 SWS)	60h	English
Übung	Exercise Statistics 1	30h (2 SWS)	60h	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 interpretieren zu können.
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls ist eine theoretische und anwendungsorientierte Einführung in die Grundlagen der deskriptiven Statistik und explorativen Datenanalyse, sowie eine Einführung in die Wahrscheinlichkeitsrechnung.</p> <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 Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS, R) praktisch aufgearbeitet. Schwerpunkt der Übungsaufgaben sind interkulturelle Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt 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	<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	1. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	GRUNDLAGEN BWL		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.09	SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Foundations of Strategic Management	30h (2 SWS)	60h	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>Gegenstand des Moduls sind die Analyse- und Entscheidungsprobleme der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre unter Beachtung von Querverbindungen zwischen den verschiedenen Funktionen und Aufgaben des Unternehmens. Besonderer Wert wird auf die Vermittlung von Bewusstsein ethischer Implikationen unternehmerischen Handelns gelegt, indem die Studierenden zu kritischem Hinterfragen von Zusammenhängen ermutigt werden.</p> <p>Inhalte der Vorlesung 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., & Regnér, 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	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE 2		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.05	SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Allgemeine Psychologie 2	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Vertiefung Allgemeine Psychologie 2	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	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, präsentieren und kritisch im Plenum diskutieren. Dies dient als Grundlage für ein vertieftes Verständnis wirtschaftspsychologischer Ansatzpunkte im weiteren Studium und im jeweiligen Berufsfeld.
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls Allgemeine Psychologie 2 sind die Schwerpunkte Lernen, Emotion, Motivation, Gedächtnis und Kommunikation.</p> <p>Die Vorlesung 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>Das Seminar vertieft Themen der Vorlesung anhand klassischer, aktueller und interkultureller empirischer Befunde. Studierende recherchieren dafür eigenständig in den psychologischen Datenbanken, referieren oder präsentieren die Studien und leiten moderierend die kritische Auseinandersetzung mit den wissenschaftlichen Befunden an.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, das im vertiefenden Seminar mit dem Erwerb überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren von Studienergebnissen der englischsprachigen Fachliteratur, Moderieren von Veranstaltungen und Poster-Präsentationen verbunden wird.
Literatur	<p>Horstmann, G., & Dreisbach, G. (2012). <i>Allgemeine Psychologie 2 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 (60 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	ENTWICKLUNGSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.06	SWS	4
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Entwicklungspsychologie	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch
Seminar	Vertiefung Entwicklungspsychologie	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch

Qualifikationsziele	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, Referate halten und sich in Gruppenarbeiten aktiv mit den Theorien und wissenschaftlichen Befunden auseinandersetzen, um später in der Lage zu sein, Instrumente und Methoden ihres jeweiligen Berufsfeldes aus entwicklungspsychologischer Perspektive bewerten und beurteilen zu können.
Inhalte	<p>Gegenstand der Entwicklungspsychologie sind die nachhaltigen Veränderungen im Erleben und Verhalten des Menschen über die gesamte Lebensspanne. Die Lernenden erhalten einen umfassenden Überblick über Theorien, Forschungsmethoden und -befunde zur kognitiven, sozialen und emotionalen Entwicklung in Kindheit und Jugendalter sowie im Erwachsenenalter und Alter.</p> <p>Die Vorlesung 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>Im Seminar wird ein repräsentativer Querschnitt der Themengebiete der Vorlesung anhand aktueller und interkultureller Forschungsliteratur vertieft.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung ermöglicht den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung und vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, das im vertiefenden Seminar mit dem Erwerb überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren von Studienergebnissen der englischsprachigen Fachliteratur verbunden wird.
Literatur	Berk, L. (2014). <i>Entwicklungspsychologie</i> . Hallbergmoos: Pearson. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	–
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	2. Semester

	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) (Deutsch)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	DIFFERENTIELLE UND PERSÖNLICHKEITSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.07	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Differentielle und Klinische Psychologie]	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Differentielle und Persönlichkeitspsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Vertiefung Differentielle und Persönlichkeitspsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können grundlegende Konzepte der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie wiedergeben und in Grundzügen anwenden, indem Sie eigenständig darauf basierende Tests anleiten, daran teilnehmen, auswerten und kritisch die Testgüte diskutieren, um später in der Lage zu sein, standardisierte psychometrische Messinstrumente anwenden und bewerten zu können.
Inhalte	<p>Gegenstand der Differentiellen Psychologie und der Persönlichkeitspsychologie sind individuelle und gruppenspezifische Unterschiede im Erleben und Verhalten sowie theoriegeleitete Analysen zur Struktur und Dynamik der Persönlichkeitsentwicklung.</p> <p>Die Vorlesung stellt die wichtigsten Persönlichkeitstheorien, empirischen Befunde und anthropologischen sowie erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Grundlagen vor. Die Beiträge der unterschiedlichen theoretischen Zugänge zur Persönlichkeitsforschung und ihre Implikationen für die Persönlichkeitserfassung (Diagnostik) werden vergleichend dargestellt. Insbesondere wird ein Überblick vermittelt über verschiedene theoretische Ansätze und methodische Zugänge wie Verhaltensbeobachtung, psychologisch-diagnostische Testverfahren und die Bewertung, Einsatz und Auswertung psychometrischer Instrumente. Es werden Dimensionen interindividueller Persönlichkeitsunterschiede besprochen (Eigenschaften, Temperament, Selbst- und Selbstkonzept, Ziele und Motive, Werte und Werthaltungen, Geschlechter und kulturelle Unterschiede) sowie Persönlichkeitsunterschiede im kognitiven, emotionalen und sozialen Bereich.</p> <p>Im Seminar steht der Anwendungsbezug von Persönlichkeitsmerkmalen für Wirtschaftspsychologen im Vordergrund und das Kennenlernen gängiger wirtschaftspsychologischer Instrumente, wie das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP), das Fünf-Faktoren-Modell (NEO-PI-R), das Inventar sozialer Kompetenzen (ISK) oder das Leistungsmotivationsinventar (LMI). Es werden zudem ausgewählte Themen und Instrumente vertiefend behandelt wie z.B. interindividuelle und interkulturelle Unterschiede in Motivation, Emotion und Handlung, Persönlichkeit und soziales Verhalten, Persönlichkeit und psychische Störungen und anhand von eigenen Persönlichkeitskonzepten reflektiert.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, das mit dem Erwerb berufspraktischer Kompetenzen durch die Testdurchführungen sowie überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch Moderieren von Veranstaltungen aufgebaut

	wird und personalen Kompetenzaufbau mithilfe von Selbsterfahrungselementen fördert.										
Literatur	<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	<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>2. 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	2. Semester	Dauer	1 Semester	Verwendbarkeit des Moduls	–
Teilnahmeempfehlungen	–										
Häufigkeit des Angebots	Jedes SS										
Studiensemester	2. Semester										
Dauer	1 Semester										
Verwendbarkeit des Moduls	–										
Modulprüfung	<table border="1"> <tr> <td>Formen</td> <td>Klausur (60 Minuten)</td> </tr> <tr> <td>Voraussetzungen für CP-Vergabe</td> <td>Bestandene Modulprüfung</td> </tr> <tr> <td>Gewichtung der Modulnote</td> <td>3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)</td> </tr> </table>	Formen	Klausur (60 Minuten)	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)				
Formen	Klausur (60 Minuten)										
Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung										
Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)										

Titel des Moduls	STATISTIK 2		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.08	SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Statistics 2	30h (2 SWS)	60h	English
Übung	Exercise Statistics 2	30h (2 SWS)	60h	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	<p>Gegenstand des Moduls ist die theoretische und anwendungsorientierte Einführung in die Inferenzstatistik, d.h. Testung von statistischen Hypothesen, die für die Beantwortung von psychologischen Fragestellungen relevant sind.</p> <p>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.</p> <p>In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS oder R) praktisch aufgearbeitet.</p>
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	<p>Pflicht: Coolican, H. (2014). <i>Research Methods and Statistics in Psychology</i> (6th edition). Psychology Press: East Sussex.</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). <i>Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Statistics 1
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	2. Semester

	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	FINANZIERUNG		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.09	SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Investition und Finanzierung	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung	Introduction to Economics	30h (2 SWS)	60h	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>Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft sowie die Funktionsweise von Märkten und ihren Akteuren.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen Investition und Finanzierung“ gibt eine Einführung in finanzwirtschaftliche Entscheidungen und Zielsetzungen. Unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen wie Finanzmärkte, Rechtsformen und unterschiedlichen 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 Vorlesung vermittelt den Studierenden fachliche und methodische Kenntnisse für Wirtschaftspsychologen. 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 WS
	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	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel des Moduls	BIOLOGISCHE PSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.05	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Differentielle und Klinische Psychologie]	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Biologische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung	Vertiefung Biologische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	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.
Inhalte	<p>Gegenstand der Biologischen Psychologie sind die physiologischen und insbesondere die neurobiologischen Grundlagen des Verhaltens und Erlebens.</p> <p>Die Vorlesung „Grundlagen Biologische Psychologie“ gibt einen Überblick über die Grundzüge der Biologischen Psychologie. Dazu gehören u.a. neuroanatomische, -physiologische 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> <p>In der Vorlesung „Vertiefung Biologische Psychologie“ wird die Schnittstelle Biologie – Kultur behandelt sowie Themen der Allgemeinen Psychologie, z.B. Denken, Gedächtnis, Emotion, Lernen und Sprache, anhand neurowissenschaftlicher Befunde vertieft.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesungen vermitteln grundlegendes psychologisches Fachwissen, das die Inhalte der Allgemeinen Psychologie vertiefen und auf Inhalte der Klinischen Psychologie vorbereiten.
Literatur	Güntürkün, O. (2012). <i>Biologische Psychologie</i> . Göttingen: Hogrefe. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Allgemeine Psychologie 1, Allgemeine Psychologie 2
	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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.06	SWS	4
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Methoden der Arbeits- und Organisationspsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	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, Referate halten und sich in Gruppenarbeiten aktiv mit den Theorien und wissenschaftlichen Befunden auseinandersetzen, um später in der Lage zu sein, verschiedene Personal- und Organisationsentwicklungsprozesse in einer Organisation zu verstehen und zu beschreiben.
Inhalte	<p>Gegenstand der Arbeits- und Organisationspsychologie ist die Analyse und Bewertung von Organisationen und Arbeitssystemen sowie die Personalpsychologie.</p> <p>Die Vorlesung 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>Im Seminar werden vertiefend Instrumente und Verfahren sowie spezifische Interventionsformen zu den in der Vorlesung besprochenen Themen behandelt und in Bezug zu Aufgabenfeldern für Wirtschaftspsychologen/-innen gebracht.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt wirtschaftspsychologische Fachkenntnisse. Im begleitenden Seminar erwerben Studierende Methodenkenntnisse und überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren von Studienergebnissen der englischsprachigen Fachliteratur sowie durch das Präsentieren und Diskutieren von Instrumenten und Verfahren.
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>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Sozialpsychologie, Persönlichkeits- und Differenzielle Psychologie, Grundlagen BWL
	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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.07	SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen Ökonomische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Methoden der Ökonomischen Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	Die Studierenden können psychologische Basiskonzepte auf die (klassische) Wirtschaftstheorie übertragen und Unterschiede in (wirtschaftspsychologischen) Verhaltensweisen oder Phänomen in verschiedenen kulturellen Zusammenhängen benennen, indem sie einfache Experimente in der Ökonomischen Psychologie umsetzen, um später im jeweiligen beruflichen Umfeld die Bedeutung der Psychologie im wirtschaftlichen Handeln zu erfassen.
Inhalte	<p>Gegenstand der Ökonomischen Psychologie ist das Erleben und Verhalten des Menschen in Zusammenhang mit (gesamt-)wirtschaftlichen Fragestellungen. Hierbei betrachtet die Wirtschaftspsychologie den Menschen gleichzeitig als Betroffenen und Verursacher.</p> <p>In der Vorlesung 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> <p>In dem Seminar werden Themen der Vorlesung anhand aktueller empirischer Befunde und einfacher Experimente vertieft und in Bezug zu Aufgabenfeldern für Wirtschaftspsychologen/-innen gebracht.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt wirtschaftspsychologische Fachkenntnisse. Im begleitenden Seminar erwerben Studierende Methodenkenntnisse sowie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren von Instrumenten und Verfahren.
Literatur	<p>Kirchler, E. (2011). <i>Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat</i>. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Wiswede, G. (2012). <i>Einführung in die Wirtschaftspsychologie</i>. Stuttgart: UTB.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Sozialpsychologie, Finanzierung
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS

	Studiensemester	3. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Projektarbeit (2500 Wörter)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	THEORIEN INTERKULTURELLEN HANDELNS		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.08	SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen interkultureller Wirtschaftskommunikation	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung	Grundlagen interkultureller Forschung und interkultureller Psychologie	30h (2 SWS)	60h	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>Gegenstand des Moduls sind kulturwissenschaftliche und methodologische Grundlagen sowie Theorien der interkulturellen Wirtschaftskommunikation und der interkulturellen Psychologie.</p> <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	Während die Vorlesungen Fach- und Methodenkenntnisse für Wirtschaftspsychologen vermitteln, nehmen die Studierenden flankierend an einem Interkulturelles Training zur Selbsterfahrung und personalen Kompetenzentwicklung teil, an das inhaltlich in den Veranstaltungen angeknüpft wird.
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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	MARKETING		
Modulkürzel	IWP-B-1-3.09	SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Marketing für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	60h	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>Gegenstand des Moduls sind operative und strategische Konzepte der Ausrichtung des Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes und der Kunden für eine nachhaltige Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit.</p> <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 Marketing-Instrumente 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</i> (2. Aufl.) Berlin / Heidelberg: Springer.</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) (Deutsch)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	MARKT- UND KONSUMENTENPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.05	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Markt und Konsum]	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Markt- und Werbepsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch/Englisch
Vorlesung	Methoden der Markt- und Werbepsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch/Englisch

Qualifikationsziele	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 diskutieren 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.
----------------------------	---

Inhalte	<p>Gegenstand der Markt- und Konsumentenpsychologie ist das Erleben und Verhalten des Menschen in seinen Rollen als (potentieller) Kunde und Konsument sowie als Investor oder Vertriebspartner am Markt und erschließt damit die Bedeutung wahrnehmungs-, emotions- und motivationspsychologischer Erkenntnisse für die wirtschaftspsychologische Praxis als Schnittstelle zwischen psychologischem Grundlagenwissen und dem Anwendungsfeld Marktforschung.</p> <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 „Methoden der Markt- und Werbepsychologie“ werden psychologische Methoden in der Markt- und Konsumentenpsychologie vorgestellt, insbesondere qualitative und quantitative Befragungsmethoden, Fragebögen und Interviews zur Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, psychologische Mess- und Beobachtungsmethoden (mystery shopping) sowie die Planung, Durchführung, Auswertung und Bewertung von Untersuchungen im Praxisfeld. Dabei werden die spezifischen Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen/-innen umrissen. Zudem werden die</p>
----------------	---

	Subjektbezogenheit der psychologischen Markt- und Konsumentenforschung sowie allgemeine methodische Gütekriterien und ethische Fragen besprochen und in Bezug gebracht.	
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt wirtschaftspsychologisches Fachwissen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachigen Veranstaltungen erworben.	
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>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>	
Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Allgemeine Psychologie 1, Allgemeine Psychologie 2, Sozialpsychologie, Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie, Grundlagen BWL
	Häufigkeit des Angebots	Jedes SS
	Studiensemester	4. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten) (English)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	GRUNDLAGEN PSYCHOLOGISCHE DIAGNOSTIK		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.06	SWS	4
Modulverantwortlich	Constanze Beierlein	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Grundlagen psychologischer Diagnostik	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Diagnostische Verfahren	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	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 auswählen.
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen psychologischer Diagnostik sowie deren Anwendungen.</p> <p>In der Vorlesung 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), Testtheorien, Gütekriterien psychologischer Tests, praktische Anwendung psychologischer Diagnostik in unterschiedlichen Anwendungsbereichen sowie kultursensible Diagnostik.</p> <p>Das Seminar dient der praktischen Anwendung, Einübung und Vertiefung der theoretisch erworbenen Lerninhalte aus der Vorlesung. Studierende lernen Aufbau, theoretische Grundlagen, Gütekriterien sowie die Durchführung, Auswertung und die Ergebnisinterpretation verschiedener diagnostischer Verfahren kennen. Hierzu zählen Verfahren aus der Persönlichkeits- und Leistungsdiagnostik, der Klinischen Psychologie, der Arbeits- und Organisationspsychologie sowie der Pädagogischen Psychologie. Im Rahmen von kurzen Vorträgen und Selbsterfahrungselementen werden Möglichkeiten und Grenzen ausgewählter diagnostischer Methoden herausgearbeitet und diskutiert.</p>
Didaktisches Konzept	Die Vorlesung vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse, die im begleitenden Seminar vertieft werden. Überfachliche Kompetenzen können durch Vorträge, personale Kompetenzentwicklung mithilfe von Selbsterfahrungselementen ausgebaut werden.
Literatur	<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	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie
	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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	TESTKONSTRUKTION / DIAGNOSTISCHE VERFAHREN		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.07	SWS	4
Modulverantwortlich	Constanze Beierlein	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Testtheorie und Testkonstruktion	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Seminar	Fragebogenentwicklung	30h (2 SWS)	60h	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>Gegenstand des Moduls sind testtheoretische Grundlagen und Methoden der Testkonstruktion. Die Studierenden lernen die Schritte der Testkonstruktion kennen und anzuwenden.</p> <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	4. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	WIRTSCHAFTSBEZOGENE KULTURGESCHICHTE		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.08	SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	<i>History of Business</i>	30h (2 SWS)	60h	English
Seminar	<i>Case Study Colloquium</i>	30h (2 SWS)	60h	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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	GLOBALISIERUNG		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.09	SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	<i>Globalisation</i>	30h (2 SWS)	60h	English
Seminar	<i>Debates on Globalisation</i>	30h (2 SWS)	60h	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>Gegenstand des Moduls sind ökonomische, politische, soziale und kulturelle Fragen, die durch die Vertiefung der Integration über die Globalisierung entstehen. Dabei werden ihre Auswirkungen auf den Lebensstandard, auf Arbeitsmärkte, auf die Vermögensverteilung und auf die Umwelt untersucht.</p> <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>

Stiglitz, J. E. (2007). *Making Globalization Work*. New York: W. W. Norton.

Wolf, M. (2006). *Why Globalization Works*. Yale: University Press.

Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	AUSLANDSPRAKTIKUM / AUSLANDSORIENTIERTES PRAKTIKUM		
Modulkürzel	IWP-B-1-5.02	SWS	–
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	30
		Zeit gesamt	900h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Praktikum	Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum	10h	890h	–

Qualifikationsziele	Die Studierenden können ihre praktische Tätigkeit dokumentieren und reflektieren und sind in der Lage, das im Studium erworbene wirtschaftspsychologische Fachwissen in der interkulturellen Praxis anzuwenden und zu vertiefen. Sie erhalten Anregungen für die Schwerpunktsetzung im Masterstudium oder für mögliche Berufsfelder. Zudem vertiefen sie praktisch-psychologische, interkulturelle und sprachliche Kompetenzen sowie auch Planungs- und Organisationskompetenz.
Inhalte	Das Praktikum findet im Ausland oder als auslandsorientiertes Praktikum im Inland, d.h. mit explizitem und nachweisbarem Auslandsbezug, in einem selbst gewählten Praxisfeld der Wirtschaftspsychologie (Arbeits- und Organisationspsychologie, Markt- und Konsumentenpsychologie, Ökonomische Psychologie) statt. 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.
Didaktisches Konzept	Die interkulturelle Dimension des Studiengangs wird hier intensiviert, sodass sukzessiv interkulturelle Kompetenzen aufgebaut und zur Reflexion über Kohärenz von Zielen und Praxis angeregt wird.
Literatur	–

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	10/210 der Gesamtnote (1/3 Gewichtung)

Titel des Moduls	KLINISCHE PSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.05	SWS	4
Modulverantwortlich	[Prof. Differentielle und Klinische Psychologie]	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Vorlesung	Einführung Klinische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung	Vertiefung Klinische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	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	<p>Gegenstand dieses Moduls zur Einführung in die Klinische Psychologie sind Störungen des Erlebens und Verhaltens, insbesondere die Beschreibung, Klassifikation und psychologische Erklärung solcher Störungen sowie die psychologischen Methoden zur Diagnostik und Intervention.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
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	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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	EXPERIMENTALPRAKTIKUM		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.06	SWS	3
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	6
		Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Theoretische und methodologische Grundlagen	30h (2 SWS)	30h	Deutsch / English
Übung	Empirische Arbeit	15h (1 SWS)	105h	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	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	BACHELORARBEIT		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.05	SWS	2
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	12
		Zeit gesamt	360h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
–	Bachelorarbeit	–	300h	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

12/210 der Gesamtnote (1,5-fache Gewichtung)

WAHLPFLICHTMODULE

Titel des Moduls	SCHWERPUNKT 1A: ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.06	SWS	12
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	18
		Zeit gesamt	540h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Projektseminar	Praxis Arbeits- und Personalpsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung	Recht für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung + Übung	Submodul: Einführung Quantitative Methoden	60h (4 SWS)	120h	English
Übung	Submodul: Trainingskonzeption	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>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 wie z.B. ein Training unter Einbezug interkultureller Bezüge konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.</p> <p>Die Studierenden können fortgeschrittene statistische Methoden anwenden, indem sie in Gruppen eine eigene quantitative Analyse zu ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt mit einer Statistiksoftware durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.</p> <p>Die Studierenden kennen 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.</p>
Inhalte	<p>Der Schwerpunkt der Seminare „Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie“ und „Praxis Arbeits- und Personalpsychologie“ sind 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.</p> <p>In der Vorlesung „Recht für Wirtschaftspsychologen“ erarbeiten die Studierenden 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.</p>

	<p>Studierende erarbeiten sich im Submodul „Einführung Quantitative Methoden“ einführende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen ökonomischen Projekt im Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie 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.</p> <p>Im Submodul „Trainingskonzeption“ werden Kommunikationsmodelle sowie Lehr- und Lernmethoden behandelt und die Rolle des Trainers besprochen. Die Studierenden erhalten besondere Kenntnisse im Zusammenhang mit Trainings von Führungskräften, Mitarbeitern und in (interkulturellen) Konfliktsituationen. Anschließend wird ein Trainingskonzept entworfen.</p>										
Didaktisches Konzept	<p>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. Das Submodul „Trainingskonzeption“ vermittelt berufspraktische Kompetenzen. Das Submodul „Einführung Quantitative Methoden“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen ökonomischen Projekten, die sich thematisch aus dem Studienschwerpunkt generieren. Die Vorlesung „Recht für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen aus einer anderen Disziplin.</p>										
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>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). <i>Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>										
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	<table border="1"> <tr> <td>Formen</td> <td>Portfolio Submodul Projektseminar: Projektarbeit und Präsentation</td> </tr> </table>	Formen	Portfolio Submodul Projektseminar: Projektarbeit und Präsentation								
Formen	Portfolio Submodul Projektseminar: Projektarbeit und Präsentation										

	Submodul Training: Konzeptpräsentation
	Submodul Einführung Quantitative Methoden: Projektarbeit (Umfang 2-3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R)
<hr/> Voraussetzungen für CP-Vergabe <hr/>	<hr/> Bestandene Modulprüfung <hr/>
Gewichtung der Modulnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	SCHWERPUNKT 1B: MARKT- UND KONSUMENTENPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.07	SWS	12
Modulverantwortlich	[Prof. Markt und Konsum]	ECTS	18
		Zeit gesamt	540h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Vertiefung Konsumentenpsychologie	30h (2 SWS)	60h	English
Projektseminar	Praxis Konsumentenpsychologie	30h (2 SWS)	60h	English
Vorlesung	Recht für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung + Übung	Submodul: Einführung Quantitative Methoden	60h (4 SWS)	120h	English
Übung	Submodul: Kundenzufriedenheitsanalyse	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>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, z.B. anhand einer Kundenzufriedenheitsanalyse, sowie wirtschaftspsychologisch fundierte Interventionsmaßnahmen unter Einbezug interkultureller Aspekte konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.</p> <p>Die Studierenden können fortgeschrittene statistische Methoden anwenden, indem Sie in Gruppen eine eigene quantitative Analyse zu ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt mit einer Statistiksoftware durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.</p> <p>Die Studierenden kennen 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.</p>
Inhalte	<p>Das Seminar „Vertiefung Konsumentenpsychologie“ 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.</p> <p>In der Vorlesung „Recht für Wirtschaftspsychologen“ erarbeiten die Studierenden nach einer allgemeinen Einführung in juristische Grundbegriffe und Grundlagen des Staats- und Europarechts sowie des internationalen Wirtschaftsrechts spezifische rechtliche Grundlagen des Studienschwerpunkts Markt- und Konsumentenpsychologie, wie z.B. Eigentums- und Markenrecht.</p>

	<p>Studierende erarbeiten sich im Submodul „Einführung Quantitative Methoden“ einführende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen ökonomischen Projekt im Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie 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.</p> <p>Im Submodul „Kundenzufriedenheitsanalyse“ konzipieren Studierende in einem gewählten Projekt in Kleingruppen eine Befragung und führen diese durch.</p>	
<p>Didaktisches Konzept</p>	<p>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. Das Submodul „Kundenzufriedenheitsanalyse“ vermittelt berufspraktische Kompetenzen. Das Submodul „Einführung Quantitative Methoden“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen ökonomischen Projekten, die sich thematisch aus dem Studienschwerpunkt generieren. Die Vorlesung „Recht für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen aus einer anderen Disziplin.</p>	
<p>Literatur</p>	<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>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). <i>Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>	
<p>Rahmenbedingungen</p>	<p>Teilnahmeempfehlungen</p> <hr/> <p>Häufigkeit des Angebots</p> <hr/> <p>Studiensemester</p> <hr/> <p>Dauer</p> <hr/> <p>Verwendbarkeit des Moduls</p>	<p>Markt- und Konsumentenpsychologie (IWP-B-1-4.05), Marketing</p> <hr/> <p>Jedes SS</p> <hr/> <p>6. Semester</p> <hr/> <p>1 Semester</p> <hr/> <p>–</p>
<p>Modulprüfung</p>	<p>Formen</p> <hr/> <p>Voraussetzungen für CP-Vergabe</p>	<p>Portfolio</p> <p>Submodul Einführung Quantitative Methoden: Projektarbeit (Umfang 2-3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R)</p> <p>Submodul Kundenzufriedenheitsanalyse: Präsentation</p> <hr/> <p>Bestandene Modulprüfung</p>

Gewichtung der Modulnote

18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	SCHWERPUNKT 1C: ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-6.08	SWS	12
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	18
		Zeit gesamt	540h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Verhaltensökonomie der Arbeits-, Absatz- & Verbrauchermärkte	60h SWS)	(4 120h	Deutsch
Vorlesung	Recht für Wirtschaftspsychologen	30h SWS)	(2 60h	Deutsch
Vorlesung + Übung	Submodul: Einführung Quantitative Methoden	60h SWS)	(4 120h	English
Übung	Submodul: Nudging	30h SWS)	(2 60h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können Theorien und Methoden der Verhaltensökonomie auf verschiedenen Märkten erklären und analysieren, indem sie unterbewusste Verhaltensmuster veranschaulichen und diese für (Markt-)Experimente nutzbar machen, damit sie später im jeweiligen beruflichen Umfeld befähigt sind, in Arbeits-, Absatz- und Verbrauchermärkten oder in der Politikberatung Verhandlungsstrategien, Vertriebsstrategien oder Kommunikationsstrategien anzuwenden und die ethische Problematik zu reflektieren.</p> <p>Die Studierenden können fortgeschrittene statistische Methoden anwenden, indem Sie in Gruppen eine eigene quantitative Analyse zu ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt mit einer Statistiksoftware durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.</p> <p>Die Studierenden kennen 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.</p>
Inhalte	<p>Die Seminare „Verhaltensökonomie der Arbeits-, Absatz- & Verbrauchermärkte“ vermitteln in einer projektorientierten Struktur jeweils die theoretischen Grundkonzepte und die zugehörigen Experimentalergebnisse aus Ökonomie und Psychologie. Aufbauend auf zentralen Konzepten rationalen Entscheidens unter Unsicherheit werden je Projektthema die formale Modellierung von Präferenzen und Nutzen vermittelt, um bestimmte psychologische Verhaltensmotive z.B. von Verbrauchern oder Arbeitnehmern erfassen zu können. Anschließend werden die Studierenden in diesen Projekten experimentelle Verhaltensforschung anwenden und empirisch beobachtbare Verhaltensanomalien benennen.</p> <p>In der Vorlesung „Recht für Wirtschaftspsychologen“ erarbeiten die Studierenden nach einer allgemeinen Einführung in juristische Grundbegriffe und Grundlagen des Staats- und Europarechts sowie des internationalen Wirtschaftsrechts spezifische</p>

	<p>rechtliche Grundlagen des Studienschwerpunkts Ökonomische Psychologie wie z.B. Handels- und Gesellschaftsrecht.</p> <p>Studierende erarbeiten sich im Submodul „Einführung Quantitative Methoden“ einführende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen ökonometrischen Projekt im Schwerpunkt Ökonomische Psychologie 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.</p> <p>Das Submodul „Nudging“ verbindet Erkenntnisse der Verhaltensökonomie und der Psychologie und beschäftigt sich mit choice architecture und liberalem Paternalismus. Dabei liegt der Fokus auf ökonomischen Experimenten, die Verhaltensänderungen bewirken sollen. Das Wissen wird auf verschiedene Bereiche übertragen, wie z.B. Gesundheitswesen, Umweltschutz, Besteuerung, Entwicklungsökonomie und Politikgestaltung.</p>
<p>Didaktisches Konzept</p>	<p>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. Das Submodul „Nudging“ vermittelt berufspraktische Kompetenzen. Das Submodul „Einführung Quantitative Methoden“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen ökonometrischen Projekten, die sich thematisch aus dem Studienschwerpunkt generieren. Die Vorlesung „Recht für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen aus einer anderen Disziplin.</p>
<p>Literatur</p>	<p>Kahneman, D. (2002). <i>Maps of Bounded Rationality: A Perspective on Intuitive Judgement and Choice</i>. Nobelprize.org. Abgerufen von http://www.nobel-prize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2002/kahnemann-lecture.pdf</p> <p>Beck, H. (2014). <i>Behavioral Economics – Eine Einführung</i>. Wiesbaden: Gabler Verlag.</p> <p>Wilkinson, N. & Klaes, M. (2012). <i>An Introduction to Behavioral Economics</i> (2. Aufl.). New York: Palgrave Macmillan.</p> <p>Dubben, H.-H., & Beck-Bornholdt, H.-P. (2005). <i>Mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit. Logisches Denken und Zufall</i>. Hamburg: Rowohlt Verlag</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). <i>Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

<p>Rahmenbedingungen</p>	<p>Teilnahmeempfehlungen</p> <hr/> <p>Häufigkeit des Angebots</p> <hr/> <p>Studiensemester</p> <hr/> <p>Dauer</p> <hr/> <p>Verwendbarkeit des Moduls</p>	<p>Ökonomische Psychologie, Finanzierung</p> <hr/> <p>Jedes SS</p> <hr/> <p>6. Semester</p> <hr/> <p>1 Semester</p> <hr/> <p>–</p>
<p>Modulprüfung</p>	<p>Formen</p>	<p>Portfolio</p>

	<p>Submodul Einführung Quantitative Methoden: Projektarbeit (Umfang 2-3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R)</p> <p>Submodul Nudging: Projektarbeit (Umfang 2500 Wörter)</p>
<hr/> <p>Voraussetzungen für CP-Vergabe</p> <hr/>	<hr/> <p>Bestandene Modulprüfung</p> <hr/>
<p>Gewichtung der Modulnote</p>	<p>18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)</p>

Titel des Moduls	SCHWERPUNKT 2A: ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.05	SWS	12
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	18
		Zeit gesamt	540h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Organisation Theory and Design	30h (2 SWS)	60h	English
Seminar	Angewandte Organisationstheorie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung	Ethik für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung + Übung	Submodul: Vertiefung psychologische Diagnostik	60h (4 SWS)	120h	English
Übung	Submodul: Social Credits	–	90h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können Prozesse der Strategiefindung und -umsetzung in Organisationen erklären, indem sie 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.</p> <p>Die Studierenden können vertiefende Methoden psychologischer Diagnostik anwenden, indem sie diagnostische Fragestellungen der Arbeits- und Organisationspsychologie 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.</p> <p>Die Studierenden kennen die gängigen Ansätze der angewandten Ethik und lernen ethische Dilemmata unter Verwendung von Fachbegriffen und -konzepten verständlich darzustellen und eigenes bürgerschaftliches Engagement zu reflektieren, um später im Unternehmensalltag auftretende Dilemmata analysieren zu können und im Aufbau ihrer Schlüsselkompetenzen gestärkt werden, wie z.B. Ausdauer, Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Übernahme sozialer Verantwortung und Umgang mit interkulturellen Aspekten.</p>
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> <p>Die Vorlesung „Ethik für Wirtschaftspsychologen“ führt in die Ansätze der Ethik wie z.B. Tugendethik, Deontologische Ansätze, Konsequentialismus und Relativismus</p>

	<p>ein und behandelt die soziale Verantwortung von Unternehmen, Stakeholder Management und Corporate Governance sowie Themen der Nachhaltigkeit und Umweltethik.</p> <p>Das Submodul „Vertiefung psychologische Diagnostik“ vermittelt 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 in den Schwerpunktfächern des Studiengangs Interkulturelle Wirtschaftspsychologie 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.</p> <p>Im Submodul „Social Credits“ engagieren sich Studierende freiwillig zur Förderung des Gemeinwohls im öffentlichen Raum. Dies kann im In- oder Ausland erfolgen. Tätigkeiten sind z.B. die unentgeltliche 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 im Ausland etc.</p>								
<p>Didaktisches Konzept</p>	<p>In den Seminaren werden theoretische Konzepte auf Fallstudien und evtl. praktische Erfahrungen der Studierenden angewendet und deren Relevanz und Bedeutung (kritisch) diskutiert. Das Submodul „Vertiefung psychologische Diagnostik“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext. Die Vorlesung „Ethik für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Wissen aus der Disziplin der Unternehmens- und Sozialethik als Grundlage für den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen, die im Submodul „Social Credits“ erprobt werden.</p>								
<p>Literatur</p>	<p>Daft, R.L., Murphy, J., & Wilmott, H. (2010). <i>Organization Theory and Design</i> (2nd edition). Hampshire: Cengage Learning.</p> <p>Griseri, P., & Seppala, N. (2010). <i>Business Ethics and Corporate Social Responsibility</i>. Hampshire: Cengage Learning.</p> <p>Brown, T. (2015). <i>Confirmatory Factor Analysis for Applied Research</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Kline, R., & Little, T. (2016). <i>Principles and practice of Structural Equation Modeling</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i> (5. vollst. überarb. und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>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.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>								
<p>Rahmenbedingungen</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="488 1800 879 1877">Teilnahmeempfehlungen</th> <th data-bbox="911 1800 1402 1877">Arbeits- und Organisationspsychologie</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="488 1883 879 1939">Häufigkeit des Angebots</td> <td data-bbox="911 1883 1402 1939">Jedes WS</td> </tr> <tr> <td data-bbox="488 1946 879 2002">Studiensemester</td> <td data-bbox="911 1946 1402 2002">7. Semester</td> </tr> <tr> <td data-bbox="488 2009 879 2065">Dauer</td> <td data-bbox="911 2009 1402 2065">1 Semester</td> </tr> </tbody> </table>	Teilnahmeempfehlungen	Arbeits- und Organisationspsychologie	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS	Studiensemester	7. Semester	Dauer	1 Semester
Teilnahmeempfehlungen	Arbeits- und Organisationspsychologie								
Häufigkeit des Angebots	Jedes WS								
Studiensemester	7. Semester								
Dauer	1 Semester								

	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Min) (English) Submodul Einführung Quantitative Methoden: Projektarbeit (5.000 Wörter) Submodul Social Credits (Leistungsnachweis)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	SCHWERPUNKT 2B: MARKT- UND KONSUMENTENPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.06	SWS	12
Modulverantwortlich	[Prof. Markt und Konsum]	ECTS	18
		Zeit gesamt	540h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Seminar	Vertiefung Marktpsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch/English
Projektseminar	Praxis Marktpsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch/English
Vorlesung	Ethik für Wirtschaftspsychologen	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Vorlesung+Übung	Submodul: Vertiefung psychologische Diagnostik	60h (4 SWS)	120h	English
Übung	Submodul: Social Credits	–	90h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>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.</p> <p>Die Studierenden können vertiefende Methoden psychologischer Diagnostik anwenden, indem sie diagnostische Fragestellungen der Markt- und Konsumentenpsychologie 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.</p> <p>Die Studierenden kennen die gängigen Ansätze der angewandten Ethik und lernen ethische Dilemmata unter Verwendung von Fachbegriffen und -konzepten verständlich darzustellen und eigenes bürgerschaftliches Engagement zu reflektieren, um später im Unternehmensalltag auftretende Dilemmata analysieren zu können und im Aufbau ihrer Schlüsselkompetenzen gestärkt werden, wie z.B. Ausdauer, Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Übernahme sozialer Verantwortung und Umgang mit interkulturellen Aspekten.</p>
Inhalte	<p>Gegenstand des Seminars „Marktpsychologie“ 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</p>

	<p>sollen eigene beispielhafte Untersuchungen im interkulturellen Kontext angeleitet konzipiert werden.</p> <p>Die Vorlesung „Ethik für Wirtschaftspsychologen“ führt in die Ansätze der Ethik wie z.B. Tugendethik, Deontologische Ansätze, Konsequentialismus und Relativismus ein und behandelt die soziale Verantwortung von Unternehmen, Stakeholder Management und Corporate Governance sowie Themen der Nachhaltigkeit und Umweltethik.</p> <p>Das Submodul „Vertiefung psychologische Diagnostik“ vermittelt 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 in den Schwerpunktfächern des Studiengangs Interkulturelle Wirtschaftspsychologie 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.</p> <p>Im Submodul „Social Credits“ engagieren sich Studierende freiwillig zur Förderung des Gemeinwohls im öffentlichen Raum. Dies kann im In- oder Ausland erfolgen. Tätigkeiten sind z.B. die unentgeltliche 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.</p>
<p>Didaktisches Konzept</p>	<p>Die Seminare vermitteln vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts und dienen der berufspraktischen Erprobung der gelernten Inhalte. Das Submodul „Vertiefung psychologische Diagnostik“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext. Die Vorlesung „Ethik für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Wissen aus der Disziplin der Unternehmens- und Sozialethik als Grundlage für den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen, die im Submodul „Social Credits“ erprobt werden.</p>
<p>Literatur</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>Griseri, P., & Seppala, N. (2010). <i>Business Ethics and Corporate Social Responsibility</i>. Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Brown, T. (2015). <i>Confirmatory Factor Analysis for Applied Research</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Kline, R., & Little, T. (2016). <i>Principles and practice of Structural Equation Modeling</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i> (5. vollst. überarb und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>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.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>
<p>Rahmenbedingungen</p>	<p>Teilnahmeempfehlungen Markt- und Konsumentenpsychologie</p>

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

Modulprüfung	Formen	Portfolio (English) Submodul Einführung Quantitative Methoden: Projektarbeit (Umfang 5.000 Wörter) Submodul Social Credi (Leistungsnachweis)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel des Moduls	SCHWERPUNKT 2C: ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE		
Modulkürzel	IWP-B-1-7.07	SWS	12
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	18
		Zeit gesamt	540h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit		Selbststudium	Sprache
Seminar	Verhaltensökonomie der Finanz- und Kapitalmärkte	60h (SWS)	(4)	120h	Deutsch
Vorlesung	Ethik für Wirtschaftspsychologen	30h (SWS)	(2)	60h	Deutsch
Vorlesung + Übung	Submodul: Vertiefung psychologische Diagnostik	60h (SWS)	(4)	120h	English
Übung	Submodul: Social Credits	–		90h	Deutsch

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können Theorien und Methoden der Verhaltensökonomie auf verschiedenen Märkten erklären und analysieren, indem sie unterbewusste Verhaltensmuster veranschaulichen und diese für (Markt-)Experimente nutzbar machen, damit sie später im jeweiligen beruflichen Umfeld befähigt sind, in Arbeits-, Absatz- und Verbrauchermärkten oder in der Politikberatung Verhandlungsstrategien, Vertriebsstrategien oder Kommunikationsstrategien anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden können vertiefende Methoden psychologischer Diagnostik anwenden, indem sie diagnostische Fragestellungen der Ökonomischen Psychologie 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.</p> <p>Die Studierenden kennen die gängigen Ansätze der angewandten Ethik und lernen ethische Dilemmata unter Verwendung von Fachbegriffen und -konzepten verständlich darzustellen und eigenes bürgerschaftliches Engagement zu reflektieren, um später im Unternehmensalltag auftretende Dilemmata analysieren zu können und im Aufbau ihrer Schlüsselkompetenzen gestärkt werden, wie z.B. Ausdauer, Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Übernahme sozialer Verantwortung und Umgang mit interkulturellen Aspekten.</p>
Inhalte	<p>Die Seminare „Verhaltensökonomie der Finanz- und Kapitalmärkte“ vermitteln projektorientiert die formale Modellierung von Kapitalmarktanomalien und Risikowahrnehmungen, um bestimmte psychologische Verhaltensmotive z.B. von Investoren und Anlegern erfassen zu können, die im ökonomischen Standardmodell fehlen. Dabei werden Erkenntnisse und Methoden aus der Psychologie, moderner Verhaltensökonomie und klassischer Entscheidungstheorie berücksichtigt. Darüber hinaus erhalten die Studierenden eine Einführung in die experimentelle Kapitalmarktforschung und zu ausgewählten Verhaltens- und Kapitalmarktanomalien. Die anwendungsbezogene Bearbeitung der Projektthemen fokussiert z.B. auf Prognosen über das zukünftige Verhalten der (Kapital-) Marktteilnehmer, die Rolle soziokultureller</p>

	<p>Unterschiede und auf direkte Handlungsempfehlungen – beispielsweise im Rahmen der Geldanlage.</p> <p>Die Vorlesung „Ethik für Wirtschaftspsychologen“ führt in die Ansätze der Ethik wie z.B. Tugendethik, Deontologische Ansätze, Konsequentialismus und Relativismus ein und behandelt die soziale Verantwortung von Unternehmen, Stakeholder Management und Corporate Governance sowie Themen der Nachhaltigkeit und Umweltethik.</p> <p>Das Submodul „Vertiefung psychologische Diagnostik“ vermittelt 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 in den Schwerpunktfächern des Studiengangs Interkulturelle Wirtschaftspsychologie 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 Fragestellungen bzw. anhand ausgewählter Fallbeispiele aktiv auszuprobieren und Handlungskompetenzen zu erwerben.</p> <p>Im Submodul „Social Credits“ engagieren sich Studierende 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.</p>
<p>Didaktisches Konzept</p>	<p>Das Seminar vermittelt systematisch und zielgerichtet vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts und dient der berufspraktischen Erprobung der gelernten Inhalte. Das Submodul „Vertiefung psychologische Diagnostik“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext. Die Vorlesung „Ethik für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Wissen aus der Disziplin der Unternehmens- und Sozialethik als Grundlage für den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen, die im Submodul „Social Credits“ erprobt werden.</p>
<p>Literatur</p>	<p>Barberis, N., & Thaler, R. (2003). A survey of behavioral finance. In G. M. Constantinides, M. Harris, & R. M. Stulz (ed.), <i>Handbook of the Economics of Finance</i> (edition 1) (Vol. 1, chapter 18, p. 1053-1128). Elsevier.</p> <p>Bloomfield, R. (2006). Behavioral Finance, in: <i>The New Palgrave Dictionary of Economics</i>.</p> <p>Daft, R. L., Murphy, J., & Wilmott, H. (2010). <i>Organization Theory and Design</i> (2nd edition). Hampshire: Cengage Learning.</p> <p>Griseri, P., & Seppala, N. (2010). <i>Business Ethics and Corporate Social Responsibility</i>. Hampshire: Cengage Learning.</p> <p>Brown, T. (2015). <i>Confirmatory Factor Analysis for Applied Research</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Kline, R., & Little, T. (2016). <i>Principles and practice of Structural Equation Modeling</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i> (5., vollst. überarb. und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>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.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmeempfehlungen	Finanzierung, Statistik 1, Statistik 2
	Häufigkeit des Angebots	Jedes WS
	Studiensemester	7. Semester
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Projektarbeit (Umfang 5.000 Wörter) Submodul Einführung Quantitative Methoden: Projektarbeit (Umfang 5.000 Wörter) Submodul Social Credits (Leistungsnachweis)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Gewichtung der Modulnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)