

# **MODULHANDBUCH**

**MASTERSTUDIENGANG**

## **INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE**

**ABSCHLUSS: MASTER OF SCIENCE**

**Gültigkeitszeitraum: 1. September 2018 bis 31. August 2019**

**Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 08.10.2018**

---

## Inhalt

ALLGEMEINES.....	1
Studienziele .....	2
Übersicht über Module und LP in IBP .....	2
Modulpläne .....	2
Didaktische Konzepte .....	3
Berufliche Tätigkeitsfelder .....	3
PFLICHTMODULE .....	5
CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: RESEARCH.....	6
MULTIVARIATE METHODS.....	8
PSYCHOLOGICAL ASSESSMENT + DECISION MAKING .....	10
ETHICS COLLOQUIUM .....	12
CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: APPLICATION .....	14
EVALUATION.....	16
DIAGNOSTICS: TEST THEORY + TEST CONSTRUCTION .....	18
PROJECT MODULE .....	20
MASTER THESIS.....	22
WAHLPFLICHTMODULE.....	24
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1 .....	25
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1 .....	27
ECONOMIC PSYCHOLOGY 1 .....	29
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2.....	31
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2.....	33
ECONOMIC PSYCHOLOGY 2 .....	35

## ALLGEMEINES

## Modulbeschreibung

### Studienziele

- (1) Der Masterstudiengang „Intercultural Business Psychology“ ist ein international ausgerichteter, konsekutiver, englischsprachiger Studiengang.
- (2) Das Ziel des Master-Studiums „Intercultural Business Psychology“ ist es, die in den vorangegangenen Studiengängen erworbenen Kompetenzen durch wissenschaftliches Arbeiten mit hohem Anwendungsbezug zu vertiefen, auf den interkulturellen Kontext anzuwenden, sowie in einem der drei Schwerpunktbereiche, d.h. Work and Organizational Psychology / Arbeits- und Organisationspsychologie, Market and Consumer Psychology / Markt- und Konsumentenpsychologie, bzw. Economic Psychology / Ökonomische Psychologie, forschungs- und anwendungsorientierte Kenntnisse zu erlangen.
- (3) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt menschliches Erleben und Verhalten in Wirtschaftskontexten in unterschiedlichen Kulturen eigenständig zu analysieren und zu steuern. Ein Schwerpunkt des Masters liegt auf der Vermittlung vertiefender Methoden der Wirtschaftspsychologie, welche Studierende befähigen relevante arbeitspraktische Fähigkeiten evidenzbasiert anzuwenden.
- (4) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt gesellschaftliche und wirtschaftliche Verantwortung im interkulturellen Kontext zu übernehmen. Sie können die eigene kulturelle Prägung und den Umgang mit anderen Kulturen reflektieren und die ethischen Grundlagen von Wirtschaft und Gesellschaft kritisch hinterfragen.
- (5) Nach bestandener Masterprüfung verleiht die Hochschule Hamm-Lippstadt im Studiengang „Intercultural Business Psychology“ den akademischen Grad „Master of Science“ (M. Sc.)

### Übersicht über Module und LP in IBP

Semester	Modulbezeichnung	ECTS
SS	Cross-Cultural Psychology: Research	5
SS	Multivariate Methods	5
SS	Psychological Assessment – Decision Making	5
SS	Ethics Colloquium	5
SS/WS	Elective Modules (WOP, MCP, EP)	20
WS	Cross-Cultural Psychology: Application	5
WS	Evaluation	5
WS	Diagnostics: Test Theory + Test Construction	5
WS	Project Module	5
WS/SS	Master's Thesis	30

### Modulpläne



**Abb. 1: Studienverlaufsplan in Vollzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology, EP: Economic Psychology.**

## Modulbeschreibung



**Abb. 2: Studienverlaufsplan in Teilzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology, EP: Economic Psychology.**

## Didaktische Konzepte

- Seminar:** Diskursorientierter Unterricht mit Whiteboard, Metaplan-Wand, Flipchart, Referaten, Experimenten, Videosequenzen, Kleingruppenarbeit oder Moderationsmethode.
- Übung:** Interaktiver Übungsunterricht durch gezielte Einbindung der Studierenden zur Erörterung von applikativen Beispielaufgaben sowie ergänzende Diskussion des wirtschaftspsychologischen Anwendungsbezugs.
- Kleingruppe:** Übungsgruppen, die begleitend zu einer Vorlesung oder zu einem Seminar angeboten werden und die Möglichkeit geben, das Gehörte in Kleingruppen anzuwenden und einzuüben.
- Selbststudium:** Angeleitete Selbstlernphase mit Vor- und Nachbereitung, Hausaufgaben oder eLearning.

## Berufliche Tätigkeitsfelder

Wirtschaftspsychologinnen und -psychologen steht eine Vielzahl von beruflichen Tätigkeiten offen. Überall dort, wo es um die Analyse und Untersuchung vom menschlichen Erleben und Verhalten in Wirtschaftskontexten geht oder Maßnahmen und Konzepte zur Optimierung und Veränderung dieses Erlebens und Verhaltens entwickelt werden, können Wirtschaftspsychologinnen und -psychologen 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:

Arbeits- und Organisationspsychologie (AOP)

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

Markt- und Konsumentenpsychologie (MCP)

- Werbepsychologin
- Marktforscherin
- Meinungsforscherin
- Kommunikationsmanagerin

Ökonomische Psychologie (EP)

## Modulbeschreibung

---

- Finanz- und Börsenpsychologin
- Unternehmensberaterin
- Wirtschaftsforscherin
- Politikberaterin

## PFLICHTMODULE

<b>Modulbezeichnung</b>	CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: RESEARCH
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-1.01
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Claudia Ang-Stein

<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes Semester / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können zentrale Themen der interkulturell-psychologischen Forschung in den psychologischen Grundlagenfächern bestimmen und in Beziehung setzen, zentrale theoretische und methodische Ansätze kritisch vergleichen, indem sie einschlägige Theorien, Methoden und Befunde der interkulturellen Psychologie kritisch analysieren, Forschungsfragestellungen selbstständig ableiten, empirische Untersuchungen ausarbeiten und auswerten und die Ergebnisse präsentieren, als Grundlage für ein vertieftes Verständnis interkultureller Ansatzpunkte der Wirtschaftspsychologie in ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt.
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand</b> der Interkulturellen Psychologie ist die Analyse psychischer Bedingungen, Verlaufsprozesse und Wirkungen menschlichen Erlebens und Verhaltens in kulturellen Überschneidungssituationen.</p> <p>Das <b>Seminar</b> vermittelt nach einer Einführung in methodologische und theoretische Herausforderungen der interkulturellen Forschung Theorien und Erkenntnisse der interkulturell-psychologischen Forschung in den Grundlagenfächern der Psychologie, insbesondere der Allgemeinen, der Differentiellen und der Sozialpsychologie, die Studierende in einem Forschungsprojekt reflektiert anwenden.</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Cross-cultural Psychology: Research
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Im Seminar wenden die Studierenden systematisch neues Fachwissen in Verbindung mit vorhandenen Methodenkenntnissen innerhalb eines eigenen Forschungsprojekts an. Zudem erwerben sie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren ihrer Studienergebnisse in englischer Sprache.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Forschungsbericht (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h

<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Berry, J. W., & Poortinga, Y. H. (2011). <i>Cross-cultural Psychology: Research and Applications</i> (2nd edition). Cambridge: University Press.  Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	MULTIVARIATE METHODS
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-1.02
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Anke Weber

<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können multivariate statistische Auswertungsverfahren anwenden, indem Sie eigene Untersuchungen zu einem Thema in ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt planen und mit einer Statistiksoftware durchführen, um später im Studium wie im Beruf in der Lage zu sein, multivariate Untersuchungen eigenständig planen, durchführen, auswerten und darstellen zu können und so Entscheidungsgrundlagen in der Berufspraxis zu generieren.
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand</b> der Veranstaltung ist die Anwendung multivariater Analysemethoden anhand komplexer Fragestellungen im Bereich interkultureller Wirtschaftspsychologie.</p> <p>Im <b>Seminar</b> erlernen Studierende u.a. Methoden zur Visualisierung von multivariaten Daten, Varianzanalysen, Multiplen linearen Regressionsanalysen, logistischen Regressionsanalysen, Loglinearen Modellen und Clusteranalysen. Der Schwerpunkt liegt auf der Auseinandersetzung mit multivariaten Analyseverfahren, deren theoretische Fundierung, sowie die Anwendung mit der Statistiksoftware R in einem eigenen ökonometrischen Projekt mit interkulturellem Bezug im jeweiligen Schwerpunkt (Work and Organizational Psychology, Market and Consumer Psychology or Economic Psychology).</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Multivariate Methods
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Das Seminar vermittelt den Studierenden fortgeschrittene quantitativ-methodische Kenntnisse und übt diese Methoden semesterbegleitend unter Zuhilfenahme einer Statistiksoftware. Studierende wenden die erlernten Methoden in einem methodischen Projekt zu einem Thema ihres jeweiligen Studienschwerpunkts an.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h

## Modulbeschreibung

---

<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	PSYCHOLOGICAL ASSESSMENT + DECISION MAKING
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-1.03
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Constanze Beierlein

<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können eine psychologische Begutachtung eines diagnostischen Einzelfalls planen und durchführen, indem sie die im Rahmen der Veranstaltung erworbenen theoretischen und praktischen Kenntnisse zur Gutachtenerstellung anwenden, um in der späteren Berufspraxis auf der Grundlage der in Gutachten gesammelten diagnostischen Informationen Handlungsempfehlungen ableiten zu können.
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand</b> des Seminars ist die praktische Anwendung psychologischer Diagnostik im Bereich der Begutachtung und der Gutachtenerstellung in ausgewählten Anwendungsfeldern der Psychologie mit Schwerpunkt im Bereich der interkulturellen Wirtschaftspsychologie.</p> <p>Im <b>Seminar</b> werden zunächst grundlegende Kenntnisse der Erstellung von Gutachten und der darauf basierenden Interventionsplanung vermittelt. Anhand von (wirtschafts-)psychologischen Fallbeispielen bearbeiten die Studierenden selbstständig kleinere diagnostische Fragestellungen, erstellen psychologische Gutachten auf der Basis der Befunde und leiten Interventionsmöglichkeiten ab. Bei den Fallbeispielen werden auch interkulturelle Aspekte und Herausforderungen bei der Diagnostik mitberücksichtigt.</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Psychological Assessment + Decision Making
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Das Seminar vermittelt den Studierenden fortgeschrittene methodische Kenntnisse, übt diese Methoden semesterbegleitend und wendet diese als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen eines eigenen Gutachtenprojektes an.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Gutachtenbericht (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-

## Modulbeschreibung

---

<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	ETHICS COLLOQUIUM
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-1.04
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Birgit Kleymann

<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können ethische Theorien sowie Ansätzen aus der „Process Thought“-Schule anwenden, indem sie durch Diskussionen und anhand von Fallstudien systematisch und vergleichend aktuelle Probleme der Arbeitswelt und der globalen Wirtschaft analysieren, mögliche Lösungsansätze kritisch hinterfragen und modifizieren, um später aktiv und gestaltend an der Erstellung von Corporate Governance Policies und ethischen Handlungsrichtlinien im Unternehmen mitwirken zu können.
<b>Inhalte</b>	<b>Gegenstand</b> dieses Colloquiums sind ethische Dilemmata der Gegenwart.  Das <b>Seminar</b> umfasst Themen der Makro-Ebene (Umweltschutz, Nachhaltigkeit) und die Ebene der einzelnen Person (Sinn der Arbeit, Lohngerechtigkeit, Konsumgesellschaft). Die Studierenden erlernen den analytischen Ansatz des Process Thinking.
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Ethics Colloquium
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Die Studierenden wenden durch Diskussionen und Fallstudien verschiedene ethische Theorien systematisch und vergleichend als Vorbereitung auf die Berufspraxis auf aktuelle Probleme der Arbeitswelt und der Wirtschaft an.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Vortrag / Referat
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung

## Modulbeschreibung

---

<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: APPLICATION
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-2.01
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Claudia Ang-Stein

<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können zentrale interkulturell-psychologische Themen ihres jeweiligen Studienschwerpunkts in Beziehung setzen, indem sie einschlägige Konzepte und Praxismethoden der angewandten Interkulturellen Psychologie kritisch analysieren, Verbesserungsvorschläge ableiten sowie selbst Anwendungskonzepte für spezifische Anwendungskontexte konzipieren, umsetzen und die Ergebnisse präsentieren als Grundlage für ein vertieftes Verständnis interkultureller Ansatzpunkte der Wirtschaftspsychologie in ihrem jeweiligen Berufsfeld.
<b>Inhalte</b>	<b>Gegenstand</b> der angewandten Interkulturellen Psychologie ist Übertragung der Erkenntnisse der Interkulturellen Psychologie auf interkulturelle Anwendungskontexte.  Das <b>Seminar</b> beschäftigt sich mit Konzepten der angewandten Interkulturellen Psychologie wie z.B. Interkulturelles Management, Interkulturelles Training, Interkulturelle Personalauswahl oder Interkulturelles Marketing. Die Studierenden wenden die Erkenntnisse auf ihren Studienschwerpunkt in der Entwicklung eines eigenen Konzepts an.
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Cross-cultural Psychology: Application
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Im Seminar wenden die Studierenden systematisch neues Fachwissen in Verbindung mit vorhandenen Methodenkenntnissen innerhalb eines eigenen Forschungsprojekts als Vorbereitung auf die Berufspraxis an. Zudem erwerben sie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren ihrer Studienergebnisse in englischer Sprache.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Konzeptentwurf (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h

<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Berry, J. W., & Poortinga, Y. H. (2011). <i>Cross-cultural Psychology: Research and Applications</i> (2nd edition). Cambridge: University Press.  Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	EVALUATION
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-2.02
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Anke Weber

<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können sowohl multivariate statistische Auswertungsverfahren als auch Evaluationsverfahren anwenden, indem Sie eigene multivariate Untersuchungen und Evaluationsstudien zu einem Thema in ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt planen und mit einer Statistiksoftware durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand</b> der Veranstaltung ist die Anwendung der Evaluationsmethoden, wie sie z.B. in der Finanzmittelvergabe von Internationalen Organisationen und der Europäischen Kommission benutzt werden.</p> <p>Das <b>Seminar</b> fokussiert die Auseinandersetzung mit Evaluationsmethoden, Aufbau und Design von Evaluationsstudien sowie Reflexion von Herangehensweisen und Fragestellungen im jeweiligen kulturellen Kontext, insbesondere die Einführung in die evidenzbasierte Entscheidungsfindung, Kausalität und Counterfactuals, experimentelle und quasi-experimentelle Designs in der Evaluationsforschung, Kosten-Nutzen-Analyse, Datengenerierung und Stichproben, Kennzahlen und Benchmarks, sowie ethische Aspekte des Evaluationsprozesses. Die Kenntnisse werden in einem eigenen Projekt in ihrem jeweiligen Schwerpunkt (Work and Organizational Psychology, Market and Consumer Psychology or Economic Psychology) angewendet.</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Evaluation
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Das Seminar erarbeitet zusammen mit den Studierenden Grundlagen und fortgeschrittene methodische Kenntnisse der Evaluation, die in einem eigenen Evaluationsprojekt als Vorbereitung auf die Berufspraxis angewendet und diskutiert werden.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit

<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Gertler, P. J., Martinez, S., Premand, P., Rawlings, L. B., Vermeersch, C. M. J. (2016). <i>Impact Evaluation in Practice</i> (2nd Edition). Washington, DC: Inter-American Development Bank and World Bank.  Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	DIAGNOSTICS: TEST THEORY + TEST CONSTRUCTION		
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-2.03		
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Constanze Beierlein		
<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h
<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes WS / 1 Semester		
<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können State-of-the-art Forschungs- und Analysemethoden der psychologischen Diagnostik auf theoretische und empirische Probleme anwenden, indem sie ihr erlerntes Methodeninventar zum Beispiel zur Entwicklung und Überprüfung interkultureller Test- oder Verhaltensbeobachtungsverfahren nutzen, um in der Berufspraxis die Benutzung geeigneter diagnostischer Messverfahren sicher zu stellen.		
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand</b> des Seminars ist die Vertiefung von Kenntnissen in klassischer und probabilistischer Testtheorie, neuen Methoden der Testkonstruktion und damit verbundener diagnostischer Entscheidungen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf interkulturellen Methoden im Bereich der Diagnostik.</p> <p>Das <b>Seminar</b> baut auf den in psychologischen Bachelorstudiengängen erworbenen Kenntnissen in Testtheorie und Testkonstruktion auf. In dem stärker theoretisch und forschungsmethodisch orientierten Seminar werden neuere methodische Entwicklungen im Bereich der Test- und Fragbogenkonstruktion und –evaluation besprochen. Anhand ausgewählter empirischer Studien und theoretischer Fachbeiträge werden u.a. State-of-the-art Methoden der Messäquivalenzprüfung im interkulturellen Kontext sowie die Kontrolle von Messfehlern und Antwortverzerrungen eingeführt. Über Beispiele und Übungen wird ein praktischer Anwendungsbezug Inter-kultureller Wirtschaftspsychologie hergestellt und gemeinsam im Seminar bearbeitet.</p>		
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Test Theory and Test Construction: Advanced Methods		
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Das Seminar vermittelt fortgeschrittene methodische Kenntnisse und erarbeitet die Anwendung der Methoden semesterbegleitend in Übungen und als Vorbereitung auf die Berufspraxis einem eigenen diagnostischen Projekt.		
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)		

## Modulbeschreibung

---

<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2011). <i>Introduction to psychometric theory</i> . New York, NY: Taylor & Francis Group.  Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	PROJECT MODULE
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-2.04
<b>Modulverantwortliche/r</b>	[Prof. Markt und Konsum]

<b>ECTS-Punkte</b>	5	<b>Workload gesamt</b>	150h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	120h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können den aktuellsten Stand der Forschung zu einem umgrenzten Praxisthema aus ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt systematisch zu erarbeiten, kritisch zu beurteilen und darauf aufbauend einen wissenschaftlichen Problemlöseprozess zu steuern, indem sie eine klar umgrenzte eigene Fragestellung ableiten, in einem größeren Forschungskontext unter der adäquaten Anwendung fachlicher, methodischer oder statistischer Kenntnisse bearbeiten, auswerten und die Ergebnisse gemäß den fachlichen Standards schriftlich präsentieren, um sich auf spätere komplexe Forschungsarbeiten, wie z.B. die Masterarbeit, vorzubereiten.
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand</b> des Projektmoduls ist ein strukturiertes Diskussionsforum für aktuelle Praxisprobleme, welche im Rahmen der eigenen Projektarbeit bearbeitet und von den Studierenden in der Masterarbeit vertieft werden können.</p> <p>Im <b>Seminar</b> wird anhand eines Praxisproblems ein eigenes anwendungsbezogenes Forschungsprojekt möglichst unter Einbezug von Praxispartnern durchgeführt. Dafür wird die konkrete Fragestellung bestimmt, der aktuelle Forschungsstand erarbeitet, die Untersuchungsmethoden bestimmt, die Untersuchung durchgeführt und die Ergebnisse präsentiert. Der gesamte Prozess wird im Rahmen des Seminars begleitet und mit den Seminarteilnehmenden diskutiert.</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Project Module
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Das Seminar ermöglicht den vertiefenden Ausbau methodischer Kompetenzen durch die selbstständige Bearbeitung eines Praxisproblems in einem eigenen anwendungsbezogenen Forschungsprojekt im jeweiligen Studienschwerpunkt als Vorbereitung auf die Berufspraxis und auf eigenständiges wissenschaftlichen Arbeiten.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Projektbearbeitung (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	150h / 30h (2 SWS) / 120h

## Modulbeschreibung

---

<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	MASTER THESIS
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-3.01
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Anke Weber

<b>ECTS-Punkte</b>	30	<b>Workload gesamt</b>	900h
<b>SWS</b>	2	<b>Präsenzzeit</b>	30h (2 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	860h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes Semester / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können eine wissenschaftliche Arbeit sprachlich und formal unter Beachtung der wissenschaftlichen Standards gestalten und unter begrenzten zeitlichen Ressourcen anfertigen, indem sie eine psychologische und methodisch fundierte Untersuchung planen, durchführen, auswerten und kritisch hinterfragen, um später eigene fortgeschrittene wissenschaftliche Forschungsarbeiten durchführen zu können.
<b>Inhalte</b>	Die Studierenden bearbeiten unter Anleitung ein Problem in einem Spezialgebiet der Interkulturellen Wirtschaftspsychologie mit klarem interkulturellem Bezug mit den Standardmethoden des Faches. In dem zugehörigen Colloquium erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihre Arbeit und ihre Arbeitsweise zu präsentieren und zu reflektieren.
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Colloquium
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Durch die selbstständige psychologische und methodisch fundierte Untersuchung erweitern und vertiefen die Studierenden ihre fachlichen und methodischen Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Masterarbeit (Umfang 25.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	Master-Thesis (840h / - / 840h) Colloquium (60h / 30h / 30h)
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	30/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-

## Modulbeschreibung

---

<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.
--------------------------------	--

## WAHLPFLICHTMODULE

<b>Modulbezeichnung</b>	WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1
<b>Modulkürzel</b>	<b>IBP-M-1-1.05</b>
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Birgit Kleymann

<b>ECTS-Punkte</b>	10	<b>Workload gesamt</b>	300h
<b>SWS</b>	4	<b>Präsenzzeit</b>	60h (4 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	240h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können dynamische, hochkomplexe soziale Systeme und ihre Entwicklung klassifizieren und kritisch vergleichen, indem sie anhand von Fallstudien aus verschiedenen Kulturräumen erörtern, wie sich Organisationen erfolgreich – oder auch erfolglos – in komplexen Umfeldern verhalten, um später diese konzeptuellen Werkzeuge im Bereich der Organisationsberatung anwenden zu können.
<b>Inhalte</b>	<p>Das <b>forschungsorientierte Seminar</b> beschäftigt sich mit der Analyse von dynamischen sozialen Systemen wie Organisationen, Allianzen, Staaten und Staatengemeinschaften. Die vorgestellten Ansätze stammen aus der neueren Organisationstheorie (Strategy-As-Practice) der Soziologie (z.B. Luhmann's Autopoiesis-Ansatz), Process Thought (Whitehead) und Complex Systems Theory (Stacey et al.).</p> <p>Im <b>praxisorientierten Seminar</b> "Case Studies in Organisational Complexity" wird anhand von Fallstudien aus unterschiedlichen Kulturräumen erörtert, wie sich Organisationen erfolgreich – oder auch erfolglos – in komplexen Umfeldern verhalten und Interventionsmöglichkeiten aufgezeigt. Hier werden die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich der Organisationsberatung und -entwicklung praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	<p>Organizations in Hyperdynamic Environments [Research-oriented Seminar]</p> <p>Case Studies in Organizational Complexity [Practice-oriented Seminar]</p>
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe einer selbstständig durchgeführten Projektarbeit in studentischen Kleinprojekten auf die Berufspraxis vor.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Vortrag / Referat

## Modulbeschreibung

---

<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	300h / 60h (4 SWS) / 240h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1
<b>Modulkürzel</b>	<b>IBP-M-1-1.06</b>
<b>Modulverantwortliche/r</b>	[Prof. Markt und Konsum]

<b>ECTS-Punkte</b>	10	<b>Workload gesamt</b>	300h
<b>SWS</b>	4	<b>Präsenzzeit</b>	60h (4 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	240h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich der Konsumenten- und Werbepsychologie kritisch bewerten und praktisch anwenden, indem sie sich in verschiedenen Themen einarbeiten, dazu Referate halten sowie adäquate Werbemaßnahme unter Einbezug des kulturellen Hintergrundes des Konsumenten konzipieren und den Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen auf die Arbeits- und Berufswelt (z.B. demographischer Wandel, Globalisierung) diskutieren. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Konsum und Werbung und reflektieren dabei eigene berufliche Perspektiven.
<b>Inhalte</b>	<p>Im <b>forschungsorientierten Seminar</b> werden State-of-the-Art Theorien und Modelle erarbeitet, die das Kaufverhalten der Konsumenten erklären und somit die Grundlage für passgenaue Werbestrategien bilden. Dabei werden auf neueste Erkenntnisse aus der sensorischen Produktforschung und sensorischem Produktmanagement eingegangen, um die die Sinneseindrücke von potentiellen Kunden in die Produktentwicklung miteinzubeziehen. Darüber hinaus werden auch Aspekte der Produktgestaltung, Verpackungs- und Preisgestaltung, und Produktpräsentation insbesondere vor dem Hintergrund internationaler Vermarktung und des e-commerce behandelt. Ethische Fragestellungen im Bereich der Konsumentenbeeinflussung werden diskutiert.</p> <p>Das <b>praxisorientierte Seminar</b> fokussiert auf der psychologischen Gestaltung und Evaluation von Werbemaßnahmen auch im interkulturellen Kontext anhand von Projektarbeiten in ausgewählten Anwendungsfeldern, z.B. TV-Werbung, e-commerce, Warenhäuser und Supermärkte. So können die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Konsum und Werbung praktisch erkundet werden. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Advanced Consumer and Advertising Psychology [Research-oriented Seminar]

	Advanced Consumer and Advertising Psychology [Practice-oriented Seminar]
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe einer selbstständig durchgeführten Projektarbeit in studentischen Kleinprojekten auf die Berufspraxis vor.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	300h / 60h (4 SWS) / 240h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Modulbezeichnung</b>	ECONOMIC PSYCHOLOGY 1
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-1.07
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Christoph Harff

<b>ECTS-Punkte</b>	10	<b>Workload gesamt</b>	300h
<b>SWS</b>	4	<b>Präsenzzeit</b>	60h (4 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	240h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können mit Hilfe empirischer und experimenteller Methoden das menschliche Verhalten im Wirtschaftskontext evaluieren, indem sie die formalen Techniken der Behavioral Economics eigenständig auf verschiedene Themengebiete anwenden und kritisch reflektieren, um später im jeweiligen beruflichen Umfeld entscheiden zu können, mit welchen Methoden der interkulturellen Wirtschaftspsychologie ökonomische Maßnahmen bzw. Entscheidungen flankiert oder umgesetzt werden sollen.
<b>Inhalte</b>	Im <b>forschungsorientierten Seminar</b> liegt der Fokus auf der formalen Modellierung von Präferenzen und Nutzen, um bestimmte psychologische Verhaltensmotive erfassen zu können, die im ökonomischen Standardmodell fehlen.  Im <b>praxisorientierten Seminar</b> findet eine anwendungsbezogene Bearbeitung des Teilgebiets der Behavioral Economics, nämlich der Behavioral Finance, statt. Hier werden die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/innen im Bereich Ökonomie praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Advanced Behavioral Economics [Research-oriented Seminar]  Advanced Behavioral Finance [Practice-oriented Seminar]
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe einer Hausarbeit auf die Berufspraxis vor.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	300h / 60h (4 SWS) / 240h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	Ökonomische Psychologie, Markt- und Konsumpsychologie, Finanzierung

<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	<p>Barberis, N., &amp; Thaler, R. (2003). A survey of behavioral finance. In G. M. Constantinides, M. Harris, &amp; R. M. Stulz (ed.), <i>Handbook of the Economics of Finance</i> (1st edition), (Vol. 1, chapter 18, p. 1053-1128). Elsevier.</p> <p>Bloomfield, Robert J., 2008, Behavioral Finance, in S.N. Durlauf and L.E. Blume (ed.), <i>The New Palgrave Dictionary of Economics</i>, Palgrave MacMillan</p> <p>Wilkinson, N., &amp; Klaes, M. (2012). <i>An Introduction to Behavioral Economics</i> (2. Aufl.). New York: Palgrave Macmillan.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

## Modulbeschreibung

<b>Modulbezeichnung</b>	WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2		
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-2.05		
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Youlia Spivak		
<b>ECTS-Punkte</b>	10	<b>Workload gesamt</b>	300h
<b>SWS</b>	4	<b>Präsenzzeit</b>	60h (4 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	240h
<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes WS / 1 Semester		
<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich Arbeits- und Personalpsychologie kritisch bewerten und praktisch anwenden, indem sie sich in verschiedenen Themen einarbeiten, dazu Referate halten sowie Trainings- und Auswahlkonzepte entwickeln für Personalauswahl und -entwicklung und betriebliches Gesundheitsmanagement, um eigene berufliche Perspektiven im Human Resource Management zu reflektieren und später in der Lage zu sein in ihrem Berufsfeld entsprechende Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung zu konzipieren und anzuwenden.</p>		
<b>Inhalte</b>	<p>Das <b>forschungsorientierte Seminar</b> wird sich mit vertiefenden Themen der Arbeits- und Personalpsychologie beschäftigen, insbesondere mit der Gesundheit und dem Wohlbefinden von Individuen in Organisationen, d.h. Stress und Strain, betriebliche Gesundheitsförderung, Coaching, Work-Life-Balance. Darüber hinaus werden zentrale Themen des Personalmanagements behandelt, wie z.B. Personalauswahl, Mitarbeiter- und Zielvereinbarungsgespräche, Entwicklung und Evaluation von Trainings, lebenslanges Lernen und betriebliche Weiterbildung, sowie Führung, Evaluation und Konfliktmanagement.</p> <p>Diese Themen werden im <b>praxisorientierten Seminar</b> in Lehrforschungsprojekten oder in Form von Praxisprojekten (z.B. die Entwicklung und Durchführung von Trainings in Unternehmen) bearbeitet. Des Weiteren werden der Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen auf die Arbeits- und Berufswelt thematisiert und die Besonderheiten des Personalmanagements im internationalen Raum und mit interkulturellen Teams diskutiert. Damit werden die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Human Resource Management praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>		
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	<p>Advanced Work and Personnel Psychology [Research-oriented Seminar]</p> <p>Advanced Work and Personnel Psychology</p>		

	[Practice-oriented Seminar]
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten in studentischen Kleinprojekten auf die Berufspraxis vor.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	300h / 60h (4 SWS) / 240h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

## Modulbeschreibung

<b>Modulbezeichnung</b>	MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-2.06
<b>Modulverantwortliche/r</b>	[Prof. Markt und Konsum]

<b>ECTS-Punkte</b>	10	<b>Workload gesamt</b>	300h
<b>SWS</b>	4	<b>Präsenzzeit</b>	60h (4 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	240h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich der Marktpsychologie kritisch diskutieren, indem sie sich in verschiedenen Themen einarbeiten, dazu Referate halten sowie Prognosemethoden unter Einbezug interkultureller Aspekte konzipieren und den Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen auf die Arbeits- und Berufswelt (z.B. demographischer Wandel, Globalisierung) diskutieren. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Marktforschung und reflektieren dabei eigene berufliche Perspektiven.
<b>Inhalte</b>	<p>Im <b>forschungsorientierten Seminar</b> werden State-of-the-Art Theorien und Modelle erarbeitet, die marktpsychologische Phänomene erklären. Dabei werden sowohl neueste Erkenntnisse aus der Marktforschung, d.h. allgemeine Marktcharakteristika und -Entwicklungen, Kundensegmente, Konkurrenzbeobachtungen und Wettbewerbsanalysen, als auch Marktposition, insbesondere vor dem Hintergrund der globalen Märkte und des e-commerce behandelt. Ethische Fragestellungen im Bereich der Marktpsychologie werden diskutiert.</p> <p>Das <b>praxisorientierte Seminar</b> fokussiert auf der Durchführung von qualitativer und quantitativer Marktforschung im interkulturellen Kontext anhand von Projekt-arbeiten z.B. zum Erkennen von Trends, Chancen und Risiken auf den für das Unternehmen relevanten Märkten, sowie Analysen der Wettbewerbssituation in bestimmten Wirtschaftsräumen. Hier werden die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Marktforschung praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	<p>Advanced Market Psychology [Research-oriented Seminar]</p> <p>Advanced Market Psychology [Practice-oriented Seminar]</p>

<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe einer selbstständig durchgeführten Projektarbeit in studentischen Kleinprojekten auf die Berufspraxis vor.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	300h / 60h (4 SWS) / 240h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	-
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

## Modulbeschreibung

<b>Modulbezeichnung</b>	ECONOMIC PSYCHOLOGY 2
<b>Modulkürzel</b>	IBP-M-1-2.07
<b>Modulverantwortliche/r</b>	Christoph Harff

<b>ECTS-Punkte</b>	10	<b>Workload gesamt</b>	300h
<b>SWS</b>	4	<b>Präsenzzeit</b>	60h (4 SWS)
<b>Sprache</b>	Englisch	<b>Selbststudienzeit</b>	240h

<b>Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer</b>	1. oder 2. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	---

<b>Qualifikationsziele</b>	<p>Die Studierenden können im Themengebiet der Entwicklungsökonomie Ansätze der Behavioral Economics analysieren und deren Potentiale erarbeiten, indem sie die Praxis der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) beurteilen und vergleichen sowie Datensätze zu Entwicklungshilfe und zu Entwicklungsergebnissen (z.B. Bildung, BIP Wachstum, Einfluss von Institutionellen Rahmenbedingungen, etc.) bewerten und analysieren. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Ökonomie und reflektieren dabei eigene berufliche Perspektiven.</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Das <b>forschungsorientierte Seminar</b> stellt die Grundlagen im Bereich der Entwicklungsökonomie dar: nach einer Diskussion grundlegender wachstumstheoretischer Modelle wird analysiert, was den ökonomischen Entwicklungsstand von Volkswirtschaften in der Welt determiniert und wie er sich in der Zeit verändert. Hierbei werden auch erste Neuerungen in der Entwicklungsökonomie durch die Beiträge der Behavioral Economics einfließen – damit zunächst „irrational“ wirkende Entscheidungen von Entwicklungsländern besser erklärt werden können. Das Seminar nimmt ebenfalls einen betriebswirtschaftlichen Blickwinkel der Entwicklungszusammenarbeit ein und betrachtet u.a. die Rolle von Public-Private-Partnerships (PPP) und Direktinvestitionen von (global agierenden) Unternehmen.</p> <p>Das <b>praxisorientierte Seminar</b> konzentriert sich auf die Anwendungsmöglichkeiten der Behavioral Economics im Bereich der Entwicklungsökonomie, wie Entwicklungszusammenarbeit (EZ) in der Praxis funktioniert, sowie eine Reflektion der ethischen Problematiken von EZ. Dabei können z.B. Fragestellungen mit Hilfe quantitativer Methoden analysiert werden, z.B. welchen (empirischen) Einfluss EZ tatsächlich auf das Wachstum oder die Wohlfahrt eines Landes hat. Hier werden weitere spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Ökonomie praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>

<b>Lehrveranstaltung(en)</b>	Behavioral Development Economics [Research-oriented Seminar]  Behavioral Development Economics [Practice-oriented Seminar]
<b>Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden</b>	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe einer selbstständig durchgeführten Hausarbeit auf die Berufspraxis vor.
<b>Prüfungsform(en)</b>	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
<b>Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit</b>	300h / 60h (4 SWS) / 240h
<b>Teilnahmeempfehlungen</b>	Ökonomische Psychologie, Quantitative Methoden, Globalisierung
<b>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Bestandene Modulprüfung
<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>	-
<b>Bibliographie/Literatur</b>	Ray, D. (1998). <i>Development Economics</i> . Princeton: University Press.  Todaro, M. P., & Smith, S.C. (2009). <i>Economic Development</i> (10th ed.). Pearson  Schaffner, J. (2014). <i>Development Economics: Theory, Empirical Research, and Policy Analysis</i> . USA: Wiley.  Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.