

MODULHANDBUCH

MASTERSTUDIENGANG

INTERCULTURAL BUSINESS PSYCHOLOGY

ABSCHLUSS: MASTER OF SCIENCE

Gültigkeitszeitraum: 1. September 2019 bis 31. August 2020

Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 08.07.2019

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: Studienverlaufplan in Vollzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology, EP: Economic Psychology.

Modulbeschreibung

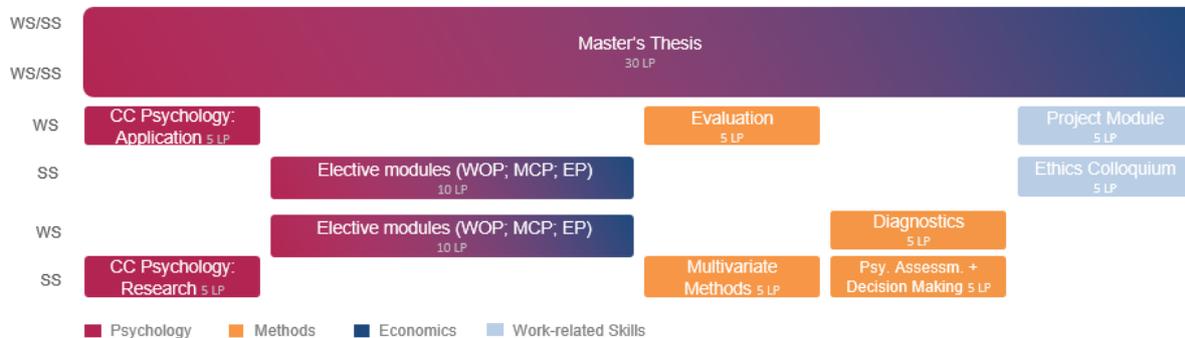


Abb. 2: Studienverlaufsplan in Teilzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology, EP: Economic Psychology.

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

Modulbeschreibung

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

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	<p>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, Forschungsfragen aufstellen und 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.</p>
Inhalte	<p>Gegenstand der Interkulturellen Psychologie ist die Analyse psychischer Bedingungen, Verlaufsprozesse und Wirkungen menschlichen Erlebens und Verhaltens in kulturellen Überschneidungssituationen.</p> <p>Das Seminar 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>
Lehrveranstaltung(en)	Cross-cultural Psychology: Research
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsform(en)	Forschungsbericht (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h

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

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

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	Die Studierenden können multivariate statistische Auswertungsverfahren anwenden, indem Sie eigene Untersuchungen zu einem wirtschaftspsychologischen Thema 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
Inhalte	Gegenstand der Veranstaltung ist die Anwendung multivariater Analysemethoden anhand komplexer Fragestellungen im Bereich interkultureller Wirtschaftspsychologie. Im Seminar erlernen Studierende u.a. Methoden zur Visualisierung von multivariaten Daten, Clusteranalysen, Multiplen linearen Regressionsanalysen und logistischen Regressionsanalysen. Der Schwerpunkt liegt auf der Auseinandersetzung mit multivariaten Analyseverfahren, deren theoretische Fundierung, sowie die Anwendung mit der Statistiksoftware R in einem eigenen ökonometrischen Projekt zu einem wirtschaftspsychologischen Thema.
Lehrveranstaltung(en)	Multivariate Methods
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	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 wirtschaftspsychologischen Thema an.
Prüfungsform(en)	Projektarbeit
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

Modulbeschreibung

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

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

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	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. Dies ermöglicht ihnen im Rahmen ihrer späteren berufspraktischen Tätigkeit auf der Grundlage der in Gutachten gesammelten diagnostischen Informationen Handlungsempfehlungen ableiten zu können.
Inhalte	<p>Gegenstand 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 Seminar 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 (z.B. die Wahl geeigneter Testverfahren) mitberücksichtigt.</p>
Lehrveranstaltung(en)	Psychological Assessment + Decision Making
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar vermittelt den Studierenden fortgeschrittene methodische Kenntnisse, die Methoden werden semesterbegleitend eingeübt und als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen eines eigenen Gutachtenprojektes angewendet.
Prüfungsform(en)	Gutachtenbericht (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h

Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Groth-Marnat, G., & Davis, A. (2014). <i>Psychological Report Writing Assistant</i>. Hoboken, NJ: Wiley.</p> <p>Goldfinger, K., & Pomerantz, A. M. (2014). <i>Psychological Assessment and Report Writing</i>. Thousand Oaks, CA: Sage.</p>

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

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	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.
Inhalte	Gegenstand dieses Colloquiums sind ethische Dilemmata der Gegenwart. Das Seminar 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.
Lehrveranstaltung(en)	Ethics Colloquium
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitende Prüfung (Referat)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Modulbeschreibung

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

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

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Wintersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	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.
Inhalte	Gegenstand der angewandten Interkulturellen Psychologie ist Übertragung der Erkenntnisse der Interkulturellen Psychologie auf interkulturelle Anwendungskontexte. Das Seminar 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.
Lehrveranstaltung(en)	Cross-cultural Psychology: Application
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsform(en)	Konzeptentwurf (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h

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

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

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Wintersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	Die Studierenden können sowohl multivariate statistische Auswertungsverfahren als auch Evaluationsverfahren anwenden, indem Sie eine eigene multivariate Untersuchung oder Evaluationsstudie zu einem wirtschaftspsychologischen Thema durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.
Inhalte	<p>Gegenstand 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 Seminar fokussiert auf der Auseinandersetzung mit Evaluationsmethoden, Aufbau und Design von Evaluationsstudien sowie Reflexion von Herangehensweisen und Fragestellungen im jeweiligen kulturellen Kontext, z.B. 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 angewendet.</p>
Lehrveranstaltung(en)	Evaluation
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h

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

Modulbezeichnung	DIAGNOSTICS: TEST THEORY + TEST CONSTRUCTION		
Modulkürzel	IBP-M-1-2.03		
Modulverantwortliche/r	Constanze Beierlein		
ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h
Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Wintersemester / 1 Semester		
Qualifikationsziele	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, valider und reliabler diagnostischer Messverfahren sicher zu stellen.		
Inhalte	<p>Gegenstand 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 Seminar 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 Interkultureller Wirtschaftspsychologie hergestellt und gemeinsam im Seminar bearbeitet.</p>		
Lehrveranstaltung(en)	Test Theory and Test Construction: Advanced Methods		
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	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.		
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)		

Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2011). <i>Introduction to psychometric theory</i>. New York, NY: Taylor & Francis Group.</p> <p>Davidov, E. Meuleman, B., Cieciuch, J., Schmidt, P.; & Billiet, J. (2014) Measurement Equivalence in Cross-National Research. <i>Annual Review of Sociology</i>, 40, 55-75.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	PROJECT MODULE
Modulkürzel	IBP-M-1-2.04
Modulverantwortliche/r	Christina Cramer

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Wintersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	Die Studierenden können den aktuellsten Stand der Forschung zu einem umgrenzten Praxisthema aus ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt systematisch erarbeiten, kritisch beurteilen und darauf aufbauend einen wissenschaftlichen Problemlöseprozess 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.
Inhalte	<p>Gegenstand 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 Seminar wird anhand eines Praxisproblems ein eigenes anwendungsbezogenes Forschungsprojekt möglichst unter Einbezug von Praxispartnern durchgeführt. Dafür werden 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>
Lehrveranstaltung(en)	Project Module
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	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 wissenschaftliches Arbeiten.
Prüfungsform(en)	Projektbearbeitung (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h

Modulbeschreibung

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

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

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

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

Qualifikationsziele	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.
Inhalte	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.
Lehrveranstaltung(en)	Colloquium
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Durch die selbstständige psychologische und methodisch fundierte Untersuchung erweitern und vertiefen die Studierenden ihre fachlichen und methodischen Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten.
Prüfungsform(en)	Masterarbeit (Umfang 25.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	Master-Thesis (840h / - / 840h) Colloquium (60h / 30h / 30h)
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	30/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-

Modulbeschreibung

Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.
--------------------------------	--

WAHLPFLICHTMODULE

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

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	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.
Inhalte	<p>Das forschungsorientierte Seminar 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 praxisorientierten Seminar "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 Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich der Organisationsberatung und -entwicklung praktisch erkundet.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Organisations in Hyperdynamic Environments [Research-oriented Seminar]</p> <p>Case Studies in Organizational Complexity [Practice-oriented Seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe von Fallstudienarbeit auf die Berufspraxis vor.
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitende Prüfung (Referat)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h

Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1		
Modulkürzel	IBP-M-1-1.06		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christina Cramer		
ECTS-Punkte	10	Workload gesamt	300h
SWS	4	Präsenzzeit	60h (4 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	240h
Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester		
Qualifikationsziele	Die Studierenden erhalten Einblick in die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich des Marketing Managements. Unter Einbezug interkultureller Aspekte arbeiten sie sich in verschiedene Themen der angewandten Markt- und Konsumentenpsychologie ein. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Marketing und Marktforschung und reflektieren eigene berufliche Perspektiven.		
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar werden grundlegende Theorien und Modelle im Bereich des Marketing Managements und der Marktforschung erarbeitet. Dabei steht ein umfassendes Marketingverständnis im Sinne einer markt- und kundenorientierten Unternehmensführung im Mittelpunkt. Darüber hinaus gewinnen die Studierenden einen Überblick über den aktuellen empirischen Forschungsstand in diesen Themengebieten. Vor dem Hintergrund internationaler Marktentwicklungen werden dabei insbesondere interkulturelle Fragestellungen diskutiert.</p> <p>Das praxisorientierte Seminar begleitet und vertieft die Themenschwerpunkte des forschungsorientierten Seminars mit Forschungsarbeiten, Fallstudien, Übungen, Präsentationen oder Kleinprojekten. So werden spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Marketing und Marktforschung praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>		
Lehrveranstaltung(en)	<p>Applied Market and Consumer Psychology I [Research-oriented Seminar]</p> <p>Applied Market and Consumer Psychology I [Practice-oriented Seminar]</p>		
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Verschiedene Lehr- und Lernformen, z.B. Vorlesung, Diskussion, Fallstudie, Übung, Präsentation oder Projektarbeit. Einzel- und Gruppenarbeit.		

Modulbeschreibung

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

Modulbezeichnung	ECONOMIC PSYCHOLOGY 1
Modulkürzel	IBP-M-1-2.07
Modulverantwortliche/r	Sebastian Fischer

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können im Themengebiet der Entwicklungsökonomie Ansätze der Behavioral Economics und der Psychologie 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 EZ und reflektieren dabei eigene berufliche Perspektiven.</p>
Inhalte	<p>Das forschungsorientierte Seminar 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 und durch psychologische Ansätze 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 von (global agierenden) Unternehmen, sowie der Rolle von Bildungsangeboten.</p> <p>Das praxisorientierte Seminar konzentriert sich auf die Anwendungsmöglichkeiten entwicklungsökonomischer und psychologischer Forschung im Bereich der EZ. Es wird untersucht, wie EZ in der Praxis funktioniert. Ethische Problematiken werden reflektiert. Dabei können Fragestellungen mit Hilfe von Case Studies, mit qualitativen oder mit quantitativen Methoden analysiert werden. Es werden Aufgabenfelder für interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich der EZ praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>

Lehrveranstaltung(en)	Behavioral Development Economics [Research-oriented Seminar] Behavioral Development Economics [Practice-oriented Seminar]
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe einer selbstständig durchgeführten Hausarbeit auf die Berufspraxis vor.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h
Teilnahmeempfehlungen	Ökonomische Psychologie, Quantitative Methoden, Globalisierung
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Ray, D. (1998). <i>Development Economics</i>. Princeton: University Press.</p> <p>Todaro, M. P., & Smith, S.C. (2009). <i>Economic Development</i> (10th ed.). Pearson</p> <p>Schaffner, J. (2014). <i>Development Economics: Theory, Empirical Research, and Policy Analysis</i>. USA: Wiley.</p> <p>Banerjee, A. V., Banerjee, A., & Duflo, E. (2011). <i>Poor economics: A radical rethinking of the way to fight global poverty</i>. Public Affairs.</p> <p>Campos, F., Frese, M., Goldstein, M., Iacovone, L., Johnson, H. C., McKenzie, D., & Mensmann, M. (2017). Teaching personal initiative beats traditional training in boosting small business in West Africa. <i>Science</i>, 357(6357), 1287-1290.</p> <p>Glaub, M., & Frese, M. (2011). A critical review of the effects of entrepreneurship training in developing countries. <i>Enterprise Development and Microfinance</i>, 22(4), 335-353.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2		
Modulkürzel	IBP-M-1-2.05		
Modulverantwortliche/r	Youlia Spivak		
ECTS-Punkte	10	Workload gesamt	300h
SWS	4	Präsenzzeit	60h (4 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	240h
Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Wintersemester / 1 Semester		
Qualifikationsziele	<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>		
Inhalte	<p>Das forschungsorientierte Seminar 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 praxisorientierten Seminar 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>		
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Work and Personnel Psychology [Research-oriented Seminar]</p> <p>Advanced Work and Personnel Psychology</p>		

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

Modulbezeichnung	MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2
Modulkürzel	IBP-M-1-2.06
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christina Cramer

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Wintersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	Die Studierenden erhalten Einblick in die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung in den Bereichen des Dienstleistungsmarketings sowie des Relationship Marketings. Unter Einbezug interkultureller Aspekte arbeiten sie sich in verschiedene Themen der angewandten Markt- und Konsumpsychologie ein. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Marketing und Marktforschung und reflektieren dabei eigene berufliche Perspektiven.
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar werden grundlegende Theorien und Modelle im Bereich des Dienstleistungsmarketings sowie des Relationship Marketings erarbeitet. Darüber hinaus gewinnen die Studierenden einen Überblick über den aktuellen empirischen Forschungsstand in diesen Themengebieten. Vor dem Hintergrund internationaler Marktentwicklungen werden dabei insbesondere interkulturelle Fragestellungen diskutiert.</p> <p>Das praxisorientierte Seminar begleitet und vertieft die Themenschwerpunkte des forschungsorientierten Seminars mit Forschungsarbeiten, Fallstudien, Übungen, Präsentationen oder Kleinprojekten. So werden spezifische Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Marketing und Marktforschung erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Applied Market and Consumer Psychology II [Research-oriented Seminar]</p> <p>Applied Market and Consumer Psychology II [Practice-oriented Seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Verschiedene Lehr- und Lernformen, z.B. Vorlesung, Diskussion, Fallstudie, Übung, Präsentation oder Projektarbeit. Einzel- und Gruppenarbeit.
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitende Prüfung

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

Modulbezeichnung	ECONOMIC PSYCHOLOGY 2
Modulkürzel	IBP-M-1-1.07
Modulverantwortliche/r	Christoph Harff

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

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Wintersemester / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	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.
Inhalte	Im forschungsorientierten Seminar liegt der Fokus auf der formalen Modellierung von Präferenzen und Nutzen, bei strategischen Interaktionen unter der Berücksichtigung bestimmter psychologischer Verhaltensmotive, die im ökonomischen Standardmodell fehlen. Im praxisorientierten Seminar findet eine anwendungsbezogene Bearbeitung 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 anhand der Entwicklung von Geschäftsideen und Business Plänen zu prüfen.
Lehrveranstaltung(en)	Advanced Behavioral Economics [Research-oriented Seminar] Advanced Behavioral Economics [Practice-oriented Seminar]
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe einer Hausarbeit auf die Berufspraxis vor.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h
Teilnahmeempfehlungen	Ökonomische Psychologie, Markt- und Konsumpsychologie, Finanzierung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Angner, Erik (2016) A Course in Behavioral Economics, 2nd Ed.</p> <p>Camerer, Colin (2003), Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction, New York, NY: Russell Sage Foundation.</p> <p>Cartwright, E. (2011). Behavioral Economics. Routledge</p> <p>Wilkinson, Nick und Matthias Klaes (2017): "An Introduction to Behavioral Economics", 3. Auflage, Palgrave Macmillan, New York.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>