

MODULHANDBUCH

BACHELORSTUDIENGANG

INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

ABSCHLUSS: BACHELOR OF SCIENCE

Gültigkeitszeitraum: 1. April 2019 bis 31. März 2020

Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 27.06.2016

Inhalt

Allgemeine Psychologie 1.....	4
Sozialpsychologie.....	6
Einführung Interkulturelle Wirtschaftspsychologie	8
Statistik 1	10
Grundlagen BWL.....	12
Allgemeine Psychologie 2.....	14
Entwicklungspsychologie.....	16
Differentielle und Persönlichkeitspsychologie.....	18
Statistik 2.....	20
Finanzierung.....	22
Biologische Psychologie.....	24
Arbeits- und Organisationspsychologie	26
Ökonomische Psychologie	28
Theorien interkulturellen Handelns	30
Marketing.....	32
Markt- und Konsumentenpsychologie.....	34
Grundlagen Diagnostik.....	36
Testkonstruktion/Diagnostische Verfahren	38
Wirtschaftsbezogene Kulturgeschichte.....	40
Globalisierung.....	42
Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum	44
Klinische Psychologie.....	46
Experimentalpraktikum	48
Studienschwerpunkt 1: Arbeits- und Organisationspsychologie	50
Studienschwerpunkt 1: Markt- und Konsumentenpsychologie	53
Studienschwerpunkt 1: Ökonomische Psychologie	56
Bachelorarbeit	59
Studienschwerpunkt 2: Arbeits- und Organisationspsychologie	61
Studienschwerpunkt 2: Markt- und Konsumentenpsychologie	64
Studienschwerpunkt 2: Ökonomische Psychologie	67

Modulbezeichnung	Allgemeine Psychologie 1
Modulkürzel	IWP-B-1-1.05
Modulverantwortlicher	Claudia Ang-Stein

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester/jedes WS/1 Semester
--	---------------------------------

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	Gegenstand der Allgemeinen Psychologie 1 sind die Schwerpunkte Wahrnehmung, Psychophysik, Aufmerksamkeit, Denken und Sprache und deren interkulturelle Aspekte. 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. In dem Seminar werden diese Grundlagen anhand ausgewählter experimenteller und interkultureller Studien vertieft, indem vorgegebene Studien referierend vorgetragen, deren Problematik im Plenum diskutiert und deren Anwendungsbezüge in der Wirtschaftspsychologie aufgezeigt werden.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Allgemeine Psychologie I – 2 SWS Seminar Vertiefung Allgemeine Psychologie I – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsformen	Klausur (60 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	Keine

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Nein
Bibliographie/Literatur	Sperring, M., & Schmidt, T. (2012). Allgemeine Psychologie 1 KOMPAKT. Weinheim: Beltz. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Sozialpsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-1.06
Modulverantwortlicher	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester/ jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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	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. 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. 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.
Lehrformen	Vorlesung Introduction to Social Psychology – 2 SWS Seminar Vertiefung Sozialpsychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	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.

Prüfungsformen	Klausur (60 Minuten) (English)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Hogg, M., & Vaughan, G. (2014). Social Psychology (7th Edition). Harlow: Pearson Education. Jonas, K., Stroebe, W., & Hewstone, M. (2014). Sozialpsychologie (6. Aufl.). Heidelberg: Springer.

Modulbezeichnung	Einführung Interkulturelle Wirtschaftspsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-1.07
Modulverantwortlicher	Sebastian Fischer

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

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	Gegenstand des Moduls ist die Einführung in die Entwicklung des Fachs und seiner Forschungsmethoden. 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. 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.
Lehrformen	Vorlesung 'Einführung in die Forschungsmethoden' – 2 SWS Seminar 'Wissenschaftstheorie, Geschichte und Ethik der Psychologie – 2 SWS'
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung verbindet grundlegende wissenschaftliche und methodische Kompetenzentwicklung, die in einer Hausarbeit 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.
Prüfungsformen	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)

Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Hussy, W., & Schreier, M. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Berlin u.a.: Springer.</p> <p>Bischof, N. (2014). Psychologie: Ein Grundkurs für Anspruchsvolle. Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p>Atkinson, R., Nolen-Hoeksema, S., Fredrickson, B. L., Loftus, G. R., & Lutz, C. (2014). Atkinson & Hilgard s Introduction to Psychology (16th Ed.). Cengage Learning</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Statistik 1
Modulkürzel	IWP-B-1-1.08
Modulverantwortlicher	Anke Weber

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

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	Gegenstand des Moduls ist eine theoretische und anwendungsorientierte Einführung in die Grundlagen der deskriptiven Statistik und explorativen Datenanalyse, sowie eine Einführung in die Wahrscheinlichkeitsrechnung. 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.). 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.
Lehrformen	Vorlesung 'Statistics 1' – 2 SWS Übung 'Exercise Statistics 1' – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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.

Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten, Englisch)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Coolican, H. (2014). Research Methods and Statistics in Psychology (6th edition). East Sussex: Psychology Press. Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.

Modulbezeichnung	Grundlagen BWL
Modulkürzel	IWP-B-1-1.09
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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	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. Inhalte der Vorlesung sind die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere die Funktionen des Unternehmens, Rechtsformen und mikroökonomische Ansätze. 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.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre -2 SWS Vorlesung Foundations of Strategic Management -2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsformen	Klausur 60 Min (English)
Teilnahmeempfehlungen	

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2015). Strategisches Management - Eine Einführung (10. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson. Straub, T. (2011). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Hallbergmoos: Pearson. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben

Modulbezeichnung	Allgemeine Psychologie 2
Modulkürzel	IWP-B-1-2.05
Modulverantwortlicher	Claudia Ang-Stein

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester/jedes SS/1 Semester
--	---------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können affektive Phänomene der Handlungssteuerung inklusive ihrer interkulturellen Besonderheiten wiedergeben und Querverbindungen zwischen den verschiedenen allgemeinpsychologischen 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	Gegenstand des Moduls Allgemeine Psychologie 2 sind die Schwerpunkte Lernen, Emotion, Motivation, Gedächtnis und Kommunikation. 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. 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.
Lehrformen	Vorlesung Allgemeine Psychologie II - 2 SWS Seminar Vertiefung Allgemeine Psychologie II - 2SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsformen	Klausur (60 Min)

Teilnahmeempfehlungen	Keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Nein
Bibliographie/Literatur	Horstmann, G., & Dreisbach, G. (2012). Allgemeine Psychologie 2 KOMPAKT. Weinheim: Beltz. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Entwicklungspsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-2.06
Modulverantwortlicher	Sebastian Fischer

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester/ jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können die psychische Entwicklung im Varianzbereich des Normalen wiedergeben und grundlegende abweichende und pathologische Entwicklungsverläufe beschreiben sowie multikulturelle und kulturvergleichende Befunde zu einzelnen Themen wiedergeben.</p> <p>Zudem sind sie in der Lage, selbstständig empirische Forschungsliteratur im Bereich normaler und pathologischer Entwicklung zu rezipieren und im Kontext wissenschaftlicher Entwicklungspsychologie einzuordnen.</p>
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>
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Entwicklungspsychologie – 2 SWS Seminar Vertiefung Entwicklungspsychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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 Diskutieren von Studienergebnissen der englischsprachigen Fachliteratur verbunden wird.

Prüfungsformen	Klausur (60 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Berk, L. (2014). Entwicklungspsychologie. Hallbergmoos: Pearson. Schneider, W., & Lindenberger, U. (2018). Entwicklungspsychologie. Beltz.

Modulbezeichnung	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-2.07
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

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

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. 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 wirtschafts- psychologischer 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,</p>

	Persönlichkeit und psychische Störungen und anhand von eigenen Persönlichkeitskonzepten reflektiert.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Differentielle und Persönlichkeitspsychologie – 2 SWS Seminar Vertiefung Differentielle und Persönlichkeitspsychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	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.
Prüfungsformen	Klausur (60 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Schmitt, M. & Altstötter- Gleich, C. (2010). Differentielle Psychologie und Persönlichkeitspsychologie KOMPAKT. Weinheim: Beltz. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Statistik 2
Modulkürzel	IWP-B-1-2.08
Modulverantwortlicher	Anke Weber

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

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

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	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. 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. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS oder R) praktisch aufgearbeitet.
Lehrformen	Vorlesung 'Statistics 2' – 2 SWS Übung 'Exercise Statistics 2' – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten, Englisch)
Teilnahmeempfehlungen	

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Pflicht: Coolican, H. (2014). Research Methods and Statistics in Psychology (6th edition). Psychology Press: East Sussex.</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.</p>

Modulbezeichnung	Finanzierung
Modulkürzel	IWP-B-1-2.09
Modulverantwortlicher	Christoph Harff

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester / jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

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	Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft sowie die Funktionsweise von Märkten und ihren Akteuren. Die Vorlesung 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. Zudem behandelt die Vorlesung grundlegende und aktuelle Fragestellungen der Volkswirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik. Dazu gehören u.a. das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage sowie Wettbewerb unter vollständiger oder unvollständiger Konkurrenz. In der Übung werden die Inhalte der Vorlesung durch Fallbeispiele, Übungsaufgaben und Methodentraining angewendet und ergänzt.
Lehrformen	Vorlesung – 2 SWS Übung – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Die Vorlesung vermittelt den Studierenden fachliche und methodische Kenntnisse für Wirtschaftspsychologen. In der Übung werden die Inhalte anwendungsorientiert erneut aufgegriffen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch englischsprachige Veranstaltungen erworben.

Prüfungsformen	Klausur (90 Min) (Deutsch und English)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Bösch, M. (2016). Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung. München: Vahlen.</p> <p>Mankiw, N. G., & Taylor, M. P. (2017). Economics (4th edition). Boston: Cengage Learning.</p> <p>Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Biologische Psychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-3.05
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester/ jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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	Gegenstand der Biologischen Psychologie sind die physiologischen und insbesondere die neurobiologischen Grundlagen des Verhaltens und Erlebens. 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. 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.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Biologische Psychologie – 2 SWS Vorlesung Vertiefung Biologische Psychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesungen vermitteln grundlegendes psychologisches Fachwissen, das die Inhalte der Allgemeinen Psychologie vertiefen und auf Inhalte der Klinischen Psychologie vorbereiten
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-	bestandene Modulprüfung

Modulbeschreibung

Punkten	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Güntürkün, O. (2012). Biologische Psychologie. Göttingen: Hogrefe.

Modulbezeichnung	Arbeits- und Organisationspsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-3.06
Modulverantwortlicher	Youlia Spivak

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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>
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie – 2SWS Seminar Methoden der Arbeits- und Organisationspsychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	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.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations-und Personalpsychologie. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G.,&Schaper, N. (2014). Arbeits- und Organisationspsy-chologie (3. Aufl.). Berlin: Springer.</p> <p>Schreyögg, G.,& Geiger, D. (2015). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden: Springer</p>

Modulbezeichnung	Ökonomische Psychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-3.07
Modulverantwortlicher	Christoph Harff

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester / jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

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	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. 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. In dem Seminar werden Themen der Vorlesung anhand aktueller empirischer Befunde und einfacher Experimente vertieft und in Bezug zu Aufgabenfeldern für Wirtschaftspsychologen/-innen gebracht.
Lehrformen	Die Vorlesung vermittelt wirtschaftspsychologische Fachkenntnisse. Im begleitenden Seminar erwerben Studierende Methodenkenntnisse sowie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren von Instrumenten und Verfahren.
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung Grundlagen der ökonomischen Psychologie – 2 SWS Seminar Methoden der ökonomischen Psychologie – 2 SWS
Prüfungsformen	Hausarbeit (2500 Wörter)
Teilnahmeempfehlungen	

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe. Wiswede, G. (2012). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. Stuttgart: UTB. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Theorien interkulturellen Handelns
Modulkürzel	IWP-B-1-3.08
Modulverantwortlicher	Birigit Kleymann

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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	Gegenstand des Moduls sind kulturwissenschaftliche und methodologische Grundlagen sowie Theorien der interkulturellen Wirtschaftskommunikation und der interkulturellen Psychologie. 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. In der Vorlesung 'Grundlagen interkultureller Forschung und interkultureller Psychologie' werden die Besonderheiten interkultureller Forschungsmethoden (z.B. kulturübergreifende Interviews und Fragebögen, interkulturelle Berufsdagnostik) erläutert. Zudem werden interkulturelle Ansätze innerhalb der Psychologie (z.B. Kulturpsychologie, kulturvergleichende Psychologie, indigene Psychologie) und zentrale Themen (z.B. interkulturelles Lernen, interkulturelle Kompetenz) vorgestellt.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Interkultureller Wirtschaftskommunikation -2 SWS Vorlesung Grundlagen Interkultureller Forschung und Psychologie -2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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.
Prüfungsformen	Klausur 60 min

Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Klausur
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Bolten, J. (2015). Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Stuttgart: UTB.</p> <p>Haas, H. (2009). Das interkulturelle Paradigma. Passau: Karl Stutz.</p> <p>Berry, J. W., & Poortinga, Y. H. (2011). Cross-cultural Psychology. Research and Applications. Cambridge: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben</p>

Modulbezeichnung	Marketing
Modulkürzel	IWP-B-1-3.09
Modulverantwortlicher	Peter Britz

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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	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. 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. 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.
Lehrformen	Vorlesung Marketing für Wirtschaftspsychologen - 2 SWS Projektseminar Praxis Marketing - 2SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis erprobt wird.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten) (Deutsch)

Teilnahmeempfehlungen	Keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Nein
Bibliographie/Literatur	<p>Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). Marketing-Management: Konzepte - Instrumente – Unternehmensfallstudien. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2015). Grundlagen des Marketing. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Kuster, J., Huber, E., & Lippmann, R. (2011). Handbuch Projektmanagement (2. Aufl.) Berlin / Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Markt- und Konsumentenpsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-4.05
Modulverantwortlicher	Peter Britz

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester/ jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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	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. 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

	<p>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 Konsumentenforschung 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 Subjektbezogenheit der psychologischen Markt- und Konsumentenforschung sowie allgemeine methodische Gütekriterien und ethische Fragen besprochen und in Bezug gebracht</p>
Lehrformen	<p>Vorlesung Markt- und Werbepsychologie - 2 SWS Vorlesung Methoden der Markt- und Werbepsychologie - 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	<p>Die Vorlesung vermittelt wirtschaftspsychologisches Fachwissen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachigen Veranstaltungen erworben.</p>
Prüfungsformen	<p>Klausur (90 Minuten)</p>
Teilnahmeempfehlungen	<p>Allgemeine Psychologie 1 Allgemeine Psychologie 2 Sozialpsychologie Persönlichkeits- und Differentielle Psychologie Grundlagen BWL</p>
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	<p>Bestandene Modulprüfung</p>
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	<p>Keine</p>
Bibliographie/Literatur	<p>Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Springer. Moser, K. (Hrsg.). (2007). Wirtschaftspsychologie. Berlin: Springer Raab, G., & Unger, F. (2005). Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler. von Rosenstiel, L., & Neumann, P. (2002). Marktpsychologie. Ein Handbuch für Studium und Praxis. Darmstadt: Primus. Töpfer, A. (Hrsg.). (2004). Kundenzufriedenheit messen und steigern. Darmstadt: Luchterhand. Wiswede, G. (2007). Einführung in die Wirtschaftspsychologie (4. Aufl.) München: UTB. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Grundlagen Diagnostik		
Modulkürzel	IWP-B-1-4.06		
Modulverantwortlicher	Constanze Beierlein		
ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden
Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester/ jedes SS/ 1 Semester		
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: De-finition 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 etc.. Im Rahmen von kurzen Vorträgen und Selbsterfahrungselementen werden Möglichkeiten und Grenzen ausgewählter diagnostischer Methoden herausgearbeitet und diskutiert.</p>		
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen psychologischer Diagnostik – 2 SWS Seminar Diagnostische Verfahren – 2 SWS		
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse, die im begleitenden Seminar vertieft werden. Überfachliche Kompetenzen können durch Vorträge, personale Kompetenzentwicklung mithilfe von		

	Selbsterfahrungselementen ausgebaut werden.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik (5. vollst. über-arb. und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer. Stemmler, G. & Margraf-Stiksrud, J. (Hrsg.). (2015). Lehrbuch Psychologische Di-agnostik. Bern: Huber/Hogrefe. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Testkonstruktion/Diagnostische Verfahren
Modulkürzel	IWP-B-1-4.07
Modulverantwortlicher	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester/Jedes SS/1 Semester
--	---------------------------------

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	Gegenstand des Moduls sind testtheoretische Grundlagen und Methoden der Testkonstruktion. Die Studierenden lernen die Schritte der Testkonstruktion kennen und anzuwenden. 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. 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.
Lehrformen	Vorlesung Testtheorie und Testkonstruktion – 2 SWS Seminar Fragebogenentwicklung – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse, die im begleitenden Seminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen von einer Projektbearbeitung in Kleingruppen erprobt wird.

Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Moosbrugger, H., & Kelava, A. (Hrsg.). (2012). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion (2. Aufl.). Heidelberg: Springer. Bühner, M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. Hallberg-moos: Pearson. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Wirtschaftsbezogene Kulturgeschichte
Modulkürzel	IWP-B-1-4.08
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester/ Jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden beschreiben die geschichtlichen Zusammenhänge und können die der Globalisierung zugrundeliegenden Prozesse identifizieren. Sie können verschiedene Ansätze zur Organisation von unterschiedlichen industrialisierten Gesellschaften differenzieren und mit ethischen Fragen der Wirtschaft in Beziehung setzen. Die Studierenden sind in der Lage, komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge zu analysieren, zu beurteilen und zu präsentieren. Zudem können sie ethische Implikationen unternehmerischen Handelns im nationalen und internationalen Raum ableiten. Anhand von Fallstudien können sie Prozesse und Alternativen aufzuzeigen. Die Studierenden können die Fallstudienmethode als Instrument zur kritischen Analyse von Prozessen in der organisatorischen und nationalen Entwicklung im globalen Kontext beschreiben und eigenständig anwenden.
Inhalte	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. Im Seminar werden anhand von Fallstudien aus dem internationalen Management Verknüpfungen der verschiedenen wirtschaftlichen und psychologischen Disziplinen aufgezeigt und Lösungsansätze kritisch diskutiert.
Lehrformen	Vorlesung History of Business – 2 SWS Seminar Case Study Colloquium – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	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.

Prüfungsformen	Klausur (60 min)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Amatori, F., & Colli, A. (2011). Business History – Complexities and Comparisons. London: Routledge. Galbraith, J. K. (1998). History of Economics – The Past as the Present. London: Penguin.

Modulbezeichnung	Globalisierung
Modulkürzel	IWP-B-1-4.09
Modulverantwortlicher	Christoph Harff

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

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	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. Die Vorlesung behandelt die Ökonomie der Globalisierung, insbesondere Trends und Entwicklungen auf den Produkt-, Finanz- und Faktormärkten, bespricht die Treiber von Globalisierung sowie die Globalisierung auf Unternehmensebene und die Internationalisierung von Forschung und Entwicklung. Das Seminarekonzentriert sich auf die Globalisierung und ihre Auswirkungen auf verschiedene Themen, z.B. Politikgestaltung, kulturelle Vielfalt, weniger entwickelte Regionen und Nachhaltigkeit
Lehrformen	Vorlesung Globalisation – 2 SWS Seminar Debates on Globalisation – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für interkulturell bzw. international arbeitende Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen. Zudem werden überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung erworben
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-	Bestandene Modulprüfung

Punkten	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2018). International Economics: Theory and Policy (11th Edition). Edinburgh: Pearson.</p> <p>Ferguson, N. (2004). Empire: The Rise and Demise of the British World Order and the Lessons for Global Power. London: Penguin Books.</p> <p>Krugman, P. (29. December 2007). The Trouble with Trade, New York Times (Abgerufen am 22. März 2017).</p> <p>The Economist (13. October 2012). History: As You Were. The Economist Newspaper. 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, The Economist Newspaper. Abgerufen von http://www.economist.com/node/1208075147</p> <p>Stiglitz, J.E. (2007). Making Globalization Work. New York: W. W. Norton.</p> <p>Wolf, M. (2006) Why Globalization Works, Yale: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben</p>

Modulbezeichnung	Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum
Modulkürzel	IWP-B-1-5.02
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	30	Workload gesamt	900 Stunden
SWS	0	Präsenzzeit	10 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	890 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	5.Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	------------------------------------

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.
Lehrformen	Praktikum Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die interkulturelle Dimension des Studiengangs wird hier intensiviert, sodass sukzessiv interkulturelle Kompetenzen aufgebaut und zur Reflexion über Kohärenz von Zielen und Praxis angeregt wird.
Prüfungsformen	Praktikumsbericht (Umfang 20 Seiten) Mündlicher Vortrag (15 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Modulbeschreibung

Stellenwert der Note für die Endnote	10/210cp der Gesamtnote mit einer 1,5fachen Gewichtung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Praktikumsordnung

Modulbezeichnung	Klinische Psychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-6.06
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester/ Jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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	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. Die Vorlesung 'Grundlagen der Klinischen Psychologie' vermittelt störungsübergreifend grundlegende Kenntnisse zur Epidemiologie, Klassifikation, Diagnostik, Ätiologie und Therapie psychischer Störungen. Darüber hinaus werden die zentralen theoretischen und psychotherapeutischen Richtungen innerhalb der klinischen Psychologie behandelt sowie grundlegende Strategien der klinisch-psychologischen Forschung vermittelt. Zur Illustration dieser Inhalte werden ausgewählte Störungsbilder genauer dargestellt und Wahrnehmungen in unterschiedlichen Kulturen diskutiert. In der Vorlesung 'Vertiefung in Klinischer Psychologie' werden die Themen der Grundlagenvorlesung erweitert sowie ein umfassender Überblick über die Phänomenologie, Klassifikation, Diagnostik, Ätiologie und Behandlung der wichtigsten psychischen Störungen gegeben.
Lehrformen	Vorlesung Einführung Klinische Psychologie – 2 SWS Vorlesung Vertiefung Klinische Psychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt angewandtes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen auf Grundlage der Inhalte der Allgemeinen Psychologie, Sozialpsychologie, Differentiellen Psychologie und Biologischen Psychologie.

Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Experimentalpraktikum
Modulkürzel	IWP-B-1-6.07
Modulverantwortlicher	Sebastian Fischer

ECTS-Punkte	6	Workload gesamt	180 Stunden
SWS	3	Präsenzzeit	45 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	135 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester/ Jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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.
Lehrformen	Seminar Theoretische und methodologische Grundlagen – 2 SWS Übung Empirische Arbeit – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar ermöglicht den Ausbau methodischer Kompetenzen, die in der Übung als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen von Arbeit in Kleingruppen erprobt wird.
Prüfungsformen	Poster (A1) oder Forschungsbericht (Umfang 5.000 Wörter) (frei wählbar in Deutsch oder English)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-	Bestandene Modulprüfung

Modulbeschreibung

Punkten	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt 1: Arbeits- und Organisationspsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-6.08
Modulverantwortlicher	Youlia Spivak

ECTS-Punkte	18	Workload gesamt	540 Stunden
SWS	12	Präsenzzeit	180 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	360 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester/ Jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

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. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung der Statistiksoftware R praktisch erarbeitet und berei-ten somit die Grundlage für die eigenständige Durchführung der Hausarbeit.</p>
Lehrformen	<p>Seminar Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie – 2 SWS Projektseminar Praxis Arbeits- und Personalpsychologie – 2 SWS Vorlesung Recht für Wirtschaftspsychologen – 2 SWS Vorlesung/ Übung Einführung Quantitative Methoden – 4 SWS Übung Trainingskonzeption – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	<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>
Prüfungsformen	<p>Kombinierte Prüfungsform Projektseminar: Hausarbeit (inkl. Übungsblättern) und Präsentation Training: Konzeptpräsentation Vorlesung Recht für Wirtschaftspsychologen: Klausur Submodul Einführung Quantitative Methoden: Hausarbeit (Umfang 3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	<p>Bestandene Modulprüfung</p>
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Kauffeld, S. (2011). <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie</i>. Heidelberg: Springer. Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2014) <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (3. Aufl.). Berlin: Springer. Schreyögg, G., & Geiger, D. (2015). <i>Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung</i>. Wiesbaden: Springer.</p>

Modulbeschreibung

	<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>
--	---

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt 1: Markt- und Konsumentenpsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-6.09
Modulverantwortlicher	Christina Cramer

ECTS-Punkte	18	Workload gesamt	540 Stunden
SWS	12	Präsenzzeit	180 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	360 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können Theorien, Inhalte und Methoden der Markt- und Konsumentenpsychologie erklären, analysieren und anwenden, indem sie konkrete Praxisfälle reflektieren und eigene Untersuchungen im Bereich der angewandten Markt- und Konsumentenpsychologie durchführen, z.B. anhand einer Kundenzufriedenheitsanalyse, um später in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld in der Lage zu sein, Situationen einzuschätzen, Strategien zu entwickeln und angemessene Maßnahmen 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 Markt- und Konsumentenpsychologie I' behandelt Theorien und Befunde zum Konsumentenverhalten sowie, aus Unternehmensperspektive, zum Marketing von Konsumgütern im interkulturellen Kontext. Das Projektseminar begleitet die Themen des Vertiefungsseminars mit Fallstudien, Übungen, Präsentationen oder beispielhaften Untersuchungen, die interkulturelle Aspekte mit einbeziehen.</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. Studierende erarbeiten sich im Submodul 'Einführung Quantitative</p>

	<p>Methoden' einführende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen ökonomischen Projekt im Schwerpunkt Markt und Konsumentenpsychologie an. Der Fokus der Vorlesung liegt auf der Einführung in quantitative Methoden, u.a. multiple Regressionen, Diagnostiken für die Regressionsgüte, Interaktionseffekte. 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 Hausarbeit.</p> <p>Im Submodul 'Kundenzufriedenheitsanalyse' konzipieren Studierende in einem Projekt in Kleingruppen eine Befragung und führen diese durch.</p>
Lehrformen	<p>Seminar 'Vertiefung Markt- und Konsumentenpsychologie I' – 2 SWS Projektseminar 'Praxis Markt- und Konsumentenpsychologie I' – 2 SWS Vorlesung 'Recht für Wirtschaftspsychologen' – 2 SWS Vorlesung + Übung 'Submodul: Einführung Quantitative Methoden' – 4 SWS Übung 'Submodul: Kundenzufriedenheitsanalyse' – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	<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>
Prüfungsformen	<p>Kombinierte Prüfungsform Seminar Markt- und Konsumentenpsychologie I: Klausur Vorlesung Recht für Wirtschaftspsychologen: Klausur Submodul Einführung Quantitative Methoden: Hausarbeit (Umfang 3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R) Submodul Kundenzufriedenheitsanalyse: Semesterbegleitende Prüfung</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Springer.

Modulbeschreibung

	<p>Nerdinger, F. W. (1994). Zur Psychologie der Dienstleistung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Müller, A., Jonas, K. J., & Boos, M. (Hrsg.). (2008). Wirtschaftspsychologie IV: Psychologie der Marke. Lengerich: Pabst.</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>
--	---

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt 1: Ökonomische Psychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-6.10
Modulverantwortlicher	Christoph Harff

ECTS-Punkte	18	Workload gesamt	540 Stunden
SWS	12	Präsenzzeit	180 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	360 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester / jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

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 rechtliche</p>

	<p>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. 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 Hausarbeit.</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>
Lehrformen	<p>Seminar Verhaltensökonomie der Arbeits-, Absatz- & Verbrauchermärkte – 4 SWS</p> <p>Vorlesung Recht für Wirtschaftspsychologen – 2 SWS</p> <p>Vorlesung/ Übung Einführung Quantitative Methoden – 4 SWS</p> <p>Übung Nudging – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	<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>
Prüfungsformen	<p>Kombinierte Prüfungsform</p> <p>Vorlesung Recht für Wirtschaftspsychologen: Klausur</p> <p>Submodul Einführung Quantitative Methoden: Hausarbeit (Umfang 3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R)</p> <p>Submodul Nudging: Hausarbeit (Umfang 2500 Wörter)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>	
<p>Bibliographie/Literatur</p>	<p>Angner, Erik (2016) A Course in Behavioral Economics, 2nd Ed Kahneman, D. (2002). Maps of Bounded Rationality: A Perspective on Intuitive Judgement and Choice. Nobelprize.org. Abgerufen von http://www.nobel-prize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2002/kahnemann-lecture.pdf Beck, H. (2014). Behavioral Economics – Eine Einführung. Wiesbaden: Gabler Verlag. Dubben, H.-H., & Beck-Bornholdt, H.-P. (2005). Mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit. Logisches Denken und Zufall. Hamburg: Rowohlt Verlag Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik –Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson. Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben</p>

Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Modulkürzel	IWP-B-1-7.05
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	12	Workload gesamt	360 Stunden
SWS	2	Präsenzzeit	30 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	330 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7.Semester / Jedes SS und WS / 1 Semester
--	---

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 der Bachelorarbeit bezieht sich auf kleinere, fortgeschrittene Problemstellungen der interkulturellen Wirtschaftspsychologie, die selbst gewählt oder vorgegeben werden. Diese werden innerhalb des festgelegten Zeitraumes von vier Monaten 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.
Lehrformen	Bachelorarbeit – 300h Seminar 'Colloquium' – 2 SWS (+30h Selbststudium)
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Durch die selbstständige forschungsorientierte Untersuchung bauen die Studierenden Kompetenzen in wissenschaftlichem Arbeiten aus.
Prüfungsformen	Bachelorarbeit (15.000 Wörter) (frei wählbar in Deutsch oder English) Referat (30 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	12/210 der Gesamtnote (1,5-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen	

Modulbeschreibung

Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt 2: Arbeits- und Organisationspsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-7.06
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	18	Workload gesamt	540 Stunden
SWS	12	Präsenzzeit	150 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	390 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden lernen, mithilfe verschiedener analytischer Ansätze der Organisationswissenschaften im Unternehmen auftretende Probleme zu untersuchen. Die Studierenden erwerben ein Verständnis für die Komplexität des 'Management' Felds und erarbeiten eigene Ansätze zur Analyse von organisatorischen Zusammenhängen. Die Studierende können Theorien der Organisationswissenschaft auf aktuelle wirtschaftspsychologische Probleme anwenden und reflektieren.</p> <p>Die Studierenden kennen die gängigen Ansätze der angewandten Ethik und sind imstande, ethische Dilemmata unter Verwendung von Fachbegriffen und -konzepten verständlich darzustellen.</p> <p>Die Studierenden kennen spezielle Methoden psychologischer Diagnostik. Diese gehen über die Kenntnisse aus der Grundlagenveranstaltung hinaus. Die Studierenden verstehen die (statistischen) Grundlagen und Voraussetzungen dieser Methoden. Sie können die Methoden auf diagnostische Fragestellungen in Schwerpunktfächern der Interkulturellen Wirtschaftspsychologie hin bewerten, theoretisch und praktisch anwenden sowie die Ergebnisse kompetent analysieren und interpretieren. Die Studierenden können Herausforderungen und Fallstricke bei der Anwendung der Methoden kritisch reflektieren.</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 Lösungsvorschlägen 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, Relativismus ein und behandelt die soziale</p>

	<p>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 Hausarbeit 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‘ setzen sich die Studierenden mit Hilfe von Literaturrecherche und eigener Reflexion kritisch mit dem gesellschaftlichen Kontext des Berufsfelds eines Wirtschaftspsychologen auseinander.</p>
Lehrformen	<p>Seminar Organisation Theory and Design – 2 SWS Seminar Angewandte Organisationstheorie – 2 SWS Vorlesung Ethik für Wirtschaftspsychologen – 2 SWS Vorlesung/ Übung Vertiefung psychologische Diagnostik – 4 SWS Übung Social Credits</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	<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“ reflektiert werden.</p>
Prüfungsformen	<p>Kombinierte Prüfungsform Submodul Vertiefung psychologische Diagnostik: Hausarbeit 5.000 Wörter; Submodul Social Credits: Hausarbeit 3000 Wörter Ethik für Wirtschaftspsychologen: Hausarbeit 5000 Wörter. Seminar Organisation Theory and Design: Klausur 60 min</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	18/ 210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls	

(in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Daft, R.L., Murphy, J., & Wilmott, H. (2010). Organization Theory and Design (2nd edition). Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Griseri, P., & Seppala, N. (2010). Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Brown, T. (2015). Confirmatory Factor Analysis for Applied Research. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Kline, R., & Little, T. (2016). Principles and practice of Structural Equation Modeling. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik (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.), Forschungsmethoden und Evaluation (5. Aufl.; S. 945-973). Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt 2: Markt- und Konsumentenpsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-7.07
Modulverantwortlicher	Christina Cramer

ECTS-Punkte	18	Workload gesamt	540 Stunden
SWS	12	Präsenzzeit	150 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	390 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Studierende lernen vertiefende Themen und Fragestellungen der Marktpsychologie kennen und bewerten, indem sie Untersuchungen kritisch diskutieren und konkrete Praxisfälle unter Einbezug interkultureller Aspekte reflektieren, um später in der Lage zu sein, Situationen einzuschätzen, Strategien zu entwickeln und angemessene Maßnahmen 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 'Markt- und Konsumentenpsychologie II' sind vertiefende Themen und Fragestellungen aus dem Bereich des Konsumentenverhaltens und des Marketing Managements im interkulturellen Kontext.</p> <p>Das Projektseminar begleitet die Themen des Vertiefungsseminars mit Fallstudien, Übungen, Präsentationen oder beispielhaften Untersuchungen, die interkulturelle Aspekte mit einbeziehen.</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</p>

	<p>Umweltethik. 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 Hausarbeit die Möglichkeit gegeben, diagnostische Methoden anhand eigener interkultureller Fragestellungen bzw. anhand ausgewählter Fallbeispiele aktiv auszuprobieren und Handlungskompetenzen zu erwerben. Im Submodul 'Social Credits' setzen sich die Studierenden mit Hilfe von Literaturrecherche und eigener Reflexion kritisch mit dem gesellschaftlichen Kontext des Berufsfelds eines Wirtschaftspsychologen auseinander.</p>
Lehrformen	<p>Seminar 'Vertiefung Markt- und Konsumentenpsychologie II' – 2 SWS Projektseminar 'Praxis Markt- und Konsumentenpsychologie II' – 2 SWS Vorlesung 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' – 2 SWS Vorlesung + Übung 'Submodul: Vertiefung psychologische Diagnostik' – 4 SWS Übung 'Submodul: Social Credits' – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	<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' reflektiert werden.</p>
Prüfungsformen	<p>Kombinierte Prüfungsform Seminar Markt- und Konsumentenpsychologie II: Klausur Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik': Hausarbeit (5.000 Wörter) Ethik für Wirtschaftspsychologen: Hausarbeit 5000 Wörter Submodul Social Credits (Hausarbeit 3000 Wörter)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls	

(in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Daft, R.L., Murphy, J., & Wilmott, H. (2010). Organization Theory and Design (2nd edition). Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Griseri, P., & Seppala, N. (2010). Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Brown, T. (2015). Confirmatory Factor Analysis for Applied Research. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Kline, R., & Little, T. (2016). Principles and practice of Structural Equation Modeling. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik (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.), Forschungsmethoden und Evaluation (5. Aufl.; S. 945-973). Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt 2: Ökonomische Psychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-7.08
Modulverantwortlicher	Christoph Harff

ECTS-Punkte	18	Workload gesamt	540 Stunden
SWS	12	Präsenzzeit	150 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	390 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7. Semester / jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

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, auf Finanz- und Kapitalmärkten 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 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-)</p>

	<p>Marktteilnehmer, die Rolle soziokultureller 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, eontologische 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 Hausarbeit die Möglichkeit gegeben, diagnostische Methoden anhand eigener Fragestellungen bzw. anhand ausgewählter Fallbeispiele aktiv auszuprobieren und Handlungskompetenzen zu erwerben.</p> <p>Im Submodul ‚Social Credits‘ setzen sich die Studierenden mit Hilfe von Literaturrecherche und eigener Reflexion kritisch mit dem gesellschaftlichen Kontext des Berufsfelds eines Wirtschaftspsychologen auseinander.</p>
Lehrformen	<p>Seminar Verhaltensökonomie der Finanz- und Kapitalmärkte – 4 SWS Vorlesung 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' – 2 SWS Vorlesung + Übung 'Submodul: Vertiefung psychologische Diagnostik' – 4 SWS Übung 'Submodul: Social Credits' – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	<p>Das Seminar vermittelt systematisch und zielgerichtet vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts und dient der berufspraktischen Erprobung der gelernten Inhalte.</p> <p>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' reflektiert werden</p>
Prüfungsformen	<p>Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter) Submodul Vertiefung psychologische Diagnostik: Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter) Vorlesung "Ethik für Wirtschaftspsychologen": Hausarbeit 5000 Wörter Submodul Social Credits (Hausarbeit 3000 Wörter)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote	18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Barberis, N., & Thaler, R.(2003). A survey of behavioral finance. In G.M. Constantinides, M. Harris, & R. M. Stulz (ed.), Handbook of the Economics of Finance (edition 1) , Vol.1, chapter 18, p.1053-1128. Elsevier.</p> <p>Bloomfield, R. (2006).Behavioral Finance, in: The New Palgrave Dictionary of Economics.</p> <p>Daft, R.L., Murphy, J.,& Wilmott, H. (2010). Organization Theory and Design (2nd edition). Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Griseri, P. ,& Seppala, N. (2010). Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Brown, T. (2015). Confirmatory Factor Analysis for Applied Research. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Kline, R., & Little, T. (2016). Principles and practice of Structural Equation Modeling.New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Schmidt-Atzert, L.,& Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik (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.), Forschungsmethoden und Evaluation(5.Aufl.; S.945-973). Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>