

MODULHANDBUCH

MASTERSTUDIENGANG

INTERCULTURAL BUSINESS PSYCHOLOGY

ABSCHLUSS: MASTER OF SCIENCE

Gültigkeitszeitraum: 1. September 2022 bis 31. August 2023

**Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 08.10.2018 in der Fassung vom
08.07.2019**

Inhaltsverzeichnis

Inhalt

ALLGEMEINES.....	1
Studienziele	2
Übersicht über Module und LP in IBP	2
Modulpläne	2
Didaktische Konzepte	3
Berufliche Tätigkeitsfelder	3
PFLICHTMODULE	5
CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: RESEARCH.....	6
MULTIVARIATE METHODS.....	8
PSYCHOLOGICAL ASSESSMENT + DECISION MAKING	10
ETHICS COLLOQUIUM	12
CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: APPLICATION	14
EVALUATION.....	16
DIAGNOSTICS: TEST THEORY + TEST CONSTRUCTION	18
PROJECT MODULE	20
MASTER THESIS.....	22
WAHLPFLICHTMODULE.....	24
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1	25
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1	27
ECONOMIC PSYCHOLOGY 1	29
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2	32
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2.....	34
ECONOMIC PSYCHOLOGY 2	36

ALLGEMEINES

Modulbeschreibung

Studienziele

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

Übersicht über Module und LP in IBP

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

Modulpläne

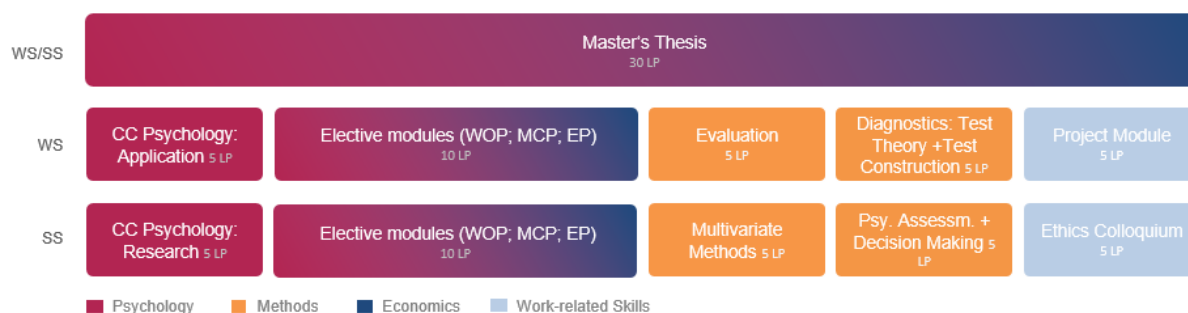


Abb. 1: Studienverlaufplan in Vollzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology, EP: Economic Psychology.

Modulbeschreibung

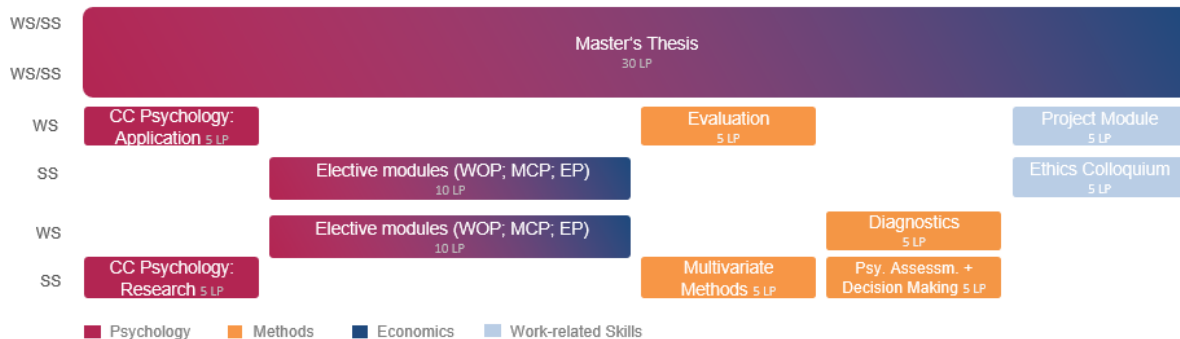


Abb. 2: Studienverlaufsplan in Teilzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology, EP: Economic Psychology.

Didaktische Konzepte

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

Berufliche Tätigkeitsfelder

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

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

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

- Arbeits- und Organisationspsychologie (AOP)**
- Arbeits- und Organisationspsychologin
 - Personalentwicklerin
 - Personalreferentin
 - Recruiter
 - Trainerin oder Trainer, Coach

Markt- und Konsumentenpsychologie (MCP)

- Werbepsychologin
- Marktforscherin
- Meinungsforscherin
- Kommunikationsmanagerin

Ökonomische Psychologie (EP)

Modulbeschreibung

- Finanz- und Börsenpsychologin
- Unternehmensberaterin
- Wirtschaftsforscherin
- Politikberaterin

Modulbeschreibung

PFLICHTMODULE

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können grundlegende Themen der kulturvergleichenden Psychologie in Beziehung setzen und zentrale theoretische und methodische Ansätze kritisch vergleichen, indem sie einschlägige Theorien, Methoden und Befunde kritisch analysieren und eigene Forschungsdesigns präsentieren, als Grundlage für ein vertieftes Verständnis interkultureller Ansatzpunkte der Wirtschaftspsychologie in ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt.
Inhalte	Gegenstand des Seminars ist die Analyse menschlichen Erlebens und Verhaltens in kulturellen Überschneidungssituationen. Das Seminar vermittelt psychologische Themen wie z.B. Denken, Emotion, Sprache, Sozialverhalten und Persönlichkeit unter besonderer Berücksichtigung interkultureller Aspekte sowie Methoden interkultureller Forschung, die eigenständig an einer selbstgewählten Forschungsfrage vertieft werden.
Lehrveranstaltung(en)	Cross-cultural Psychology: Research
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Im Seminar wenden die Studierenden systematisch neues Fach- und Methodenwissen an, indem sie ein eigenes Forschungsdesign unter Berücksichtigung kulturvergleichender Besonderheiten entwickeln. Zudem erwerben sie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren ihrer Studienergebnisse in englischer Sprache.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Matsumoto, D., & Juang, L. (2017). <i>Culture and Psychology</i> (6th ed.). Boston: Cengage Learning.</p> <p>Matsumoto, D., & van de Vijver, F. J. R. (Eds.). (2011). <i>Culture and psychology. Cross-cultural research methods in psychology</i>. Cambridge: Cambridge University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbeschreibung

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

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

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

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

Modulbeschreibung

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

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

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

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

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können eine Untersuchung mit Hilfe diagnostischer Methoden selbst planen und durchführen, indem sie die in der Veranstaltung erworbenen theoretischen und praktischen diagnostischen Kenntnisse anwenden. Dies ermöglicht ihnen im Rahmen ihrer späteren berufspraktischen Tätigkeit diagnostische Informationen in der Einzelfall- und Gruppendiagnostik zu sammeln, zu integrieren und darauf basierende Entscheidungen zu treffen und zu vermitteln. Darüber hinaus können sie den Prozess des Einsatzes psychologischer Diagnostik, die Ergebnisse psychologischer Diagnostik sowie deren Nutzen abschätzen.</p>
Inhalte	<p>Gegenstand des Seminars ist die theoretische Reflexion und praktische Anwendung psychologisch-diagnostischer Herangehensweisen und Methoden im Rahmen der Status- und Eigenschaftsdiagnostik sowie der Prozess- und Modifikationsdiagnostik in ausgewählten Anwendungsfeldern der Psychologie mit Schwerpunkt im Bereich der interkulturellen Wirtschaftspsychologie.</p> <p>Im Seminar werden zunächst ausgewählte Kenntnisse verschiedener diagnostischer Methoden (z.B. Ambulantes Assessment, Verhaltensbeobachtung, diagnostische Interviews) erarbeitet bzw. vertieft. Diese Kenntnisse beziehen sich dabei einerseits auf die Erfassung relativ stabiler Ist-Zustände (Status-/Eigenschaftsdiagnostik) und andererseits auf die Erfassung spontaner, unbeeinflusster Verläufe sowie auf solche Veränderungen, die durch Interventionen bedingt sind (Prozess-/Modifikationsdiagnostik).</p> <p>Anhand von (wirtschafts-)psychologischen Fallbeispielen bearbeiten die Studierenden selbstständig kleinere diagnostische Fragestellungen, in deren Rahmen sie sich der geeigneten Operationalisierung zentraler Variablen, der Untersuchungsplanung und -durchführung sowie der Auswertung und –interpretation der diagnostischen Daten widmen. Bei den Fallbeispielen werden auch interkulturelle Aspekte und Herausforderungen bei der Diagnostik (z.B. die Wahl geeigneter Testverfahren) mitberücksichtigt.</p>

Lehrveranstaltung(en)	Psychological Assessment + Decision Making
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar vermittelt den Studierenden fortgeschrittene diagnostisch-methodische Kenntnisse, die Methoden werden semesterbegleitend eingeübt und als Vorbereitung auf die Berufspraxis bzw. die wissenschaftliche Laufbahn im Rahmen eines eigenen Projekts angewendet und gemeinsam kritisch reflektiert.
Prüfungsform(en)	Sommersemester: Projektbearbeitung plus Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter) Wintersemester: Mündliche Prüfung
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können ethische Theorien sowie Ansätze aus der „Process Thought“-Schule anwenden, indem sie durch Diskussionen und anhand von Fallstudien systematisch und vergleichend aktuelle Probleme der Arbeitswelt und der globalen Wirtschaft analysieren, mögliche Lösungsansätze kritisch hinterfragen und modifizieren, um später aktiv und gestaltend an der Erstellung von Corporate Governance Policies und ethischen Handlungsrichtlinien im Unternehmen mitwirken zu können.
Inhalte	Gegenstand dieses Colloquiums sind philosophische Ansätze, die helfen können, ethische Dilemmata der Gegenwart zu analysieren (z.B. Tugendethik, Deontologische Ansätze, Konsequentialismus, Relativismus). Behandelt werden Themen der Makro-Ebene (Umweltschutz, Nachhaltigkeit) sowie die Ebene der einzelnen Person (Sinn der Arbeit, Lohngerechtigkeit, Konsumgesellschaft). Die Studierenden erlernen den analytischen Ansatz des Process Thinking.
Lehrveranstaltung(en)	Ethics Colloquium
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Studierenden wenden durch Diskussionen und Fallstudien verschiedene ethische Theorien systematisch und vergleichend als Vorbereitung auf die Berufspraxis auf aktuelle Probleme der Arbeitswelt und der Wirtschaft an.
Prüfungsform(en)	Sommersemester: Semesterbegleitende Prüfung Wintersemester: Hausarbeit (5000 Worte)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Modulbeschreibung

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

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können zentrale Theorien interkultureller Interaktionen mit ihrem eigenen Studienschwerpunkt in Beziehung setzen, indem sie diese kritisch reflektieren und auf den eigenen Studienschwerpunkt beziehen als Grundlage für ein vertieftes Verständnis interkultureller Ansatzpunkte der Wirtschaftspsychologie in ihrem jeweiligen Berufsfeld.
Inhalte	Gegenstand des Seminars sind angewandte Theorien und Konzepte der interkulturellen Interaktion. Das Seminar beschäftigt sich mit zentralen Theorien und Konzepten der interkulturellen Begegnung und deren Anwendung in der Praxis, z.B. Kulturtheorien, Gesundheit, psychische Störungen, Therapie, Wirtschaftskommunikation, Verhandlung, Arbeitsmotivation und interkulturelle Kompetenz, die vertiefend selbständig auf den eigenen Studienschwerpunkt bezogen im Rahmen einer Literaturrezension.
Lehrveranstaltung(en)	Cross-cultural Psychology: Application
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Im Seminar reflektieren die Studierenden systematisch interkulturelle Erfahrungen mithilfe neuen Fachwissens und übertragen Anwendungsbezüge auf die eigene zukünftige Berufspraxis. Zudem erwerben sie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren von Selbsterfahrung und Konzepten in englischer Sprache.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Matsumoto, D., & Juang, L. (2017). <i>Culture and Psychology</i> (6 th ed.). Boston: Cengage Learning. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können sowohl multivariate statistische Auswertungsverfahren als auch Evaluationsverfahren anwenden, indem Sie eine eigene multivariate Untersuchung oder Evaluationsstudie zu einem wirtschaftspsychologischen Thema durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.
Inhalte	<p>Gegenstand der Veranstaltung ist die Anwendung der Evaluationsmethoden, wie sie z.B. in der Finanzmittelvergabe von Internationalen Organisationen und der Europäischen Kommission benutzt werden.</p> <p>Das Seminar fokussiert auf der Auseinandersetzung mit Evaluationsmethoden, Aufbau und Design von Evaluationsstudien sowie Reflexion von Herangehensweisen und Fragestellungen im jeweiligen kulturellen Kontext, z.B. die Einführung in die evidenzbasierte Entscheidungsfindung, Kausalität und Counterfactuals, experimentelle und quasi-experimentelle Designs in der Evaluationsforschung, Datengenerierung und Stichproben, sowie weitere methodische und ethische Aspekte des Evaluationsprozesses. Die Kenntnisse werden in einem eigenen Projekt angewendet.</p>
Lehrveranstaltung(en)	Evaluation
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar erarbeitet zusammen mit den Studierenden Grundlagen und fortgeschrittene methodische Kenntnisse der Evaluation, die in einem eigenen Evaluationsprojekt als Vorbereitung auf die Berufspraxis angewendet und diskutiert werden.
Prüfungsform(en)	Wintersemester: Hausarbeit Sommersemester: mündliche Prüfung
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

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

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

Modulbeschreibung

Prüfungsform(en)	Wintersemester: Projektbearbeitung und Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter) Sommersemester: Mündliche Prüfung
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Brown, T. A. (2015). <i>Confirmatory Factor Analysis for Applied Research</i> (2nd Edition). Guilford Press.</p> <p>Davidov, E. Meuleman, B., Cieciuch, J., Schmidt, P.; & Billiet, J. (2014). Measurement Equivalence in Cross-National Research. <i>Annual Review of Sociology</i>, 40, 55-75.</p> <p>Kline, R. B. (2015). <i>Principles and Practice of Structural Equation Modeling</i> (4th Edition). Guilford Press.</p> <p>Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2011). <i>Introduction to psychometric theory</i>. Taylor & Francis Group.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können den aktuellen Stand der Forschung zu einem umgrenzten Praxisthema systematisch erarbeiten, einordnen, synthetisieren und kritisch beurteilen und darauf aufbauend einen wissenschaftlichen Problemlöseprozess konzipieren, indem sie eine klar umgrenzte eigene Fragestellung ableiten, in einem größeren Forschungskontext unter Einsatz fachlicher und methodischer Kompetenzen adäquat bearbeiten, auswerten und die Ergebnisse gemäß den fachlich-wissenschaftlichen Standards schriftlich und mündlich präsentieren, um sich auf spätere komplexe Forschungsaufgaben (z.B. Masterarbeit, Praxisprojekt) vorzubereiten.
Inhalte	Gegenstand des Projektmoduls ist ein eigenes anwendungsbezogenes Forschungsprojekt. Dafür werden die konkrete Fragestellung bestimmt, der aktuelle Forschungsstand erarbeitet, die Untersuchungsmethode(n) ausgewählt und beschrieben, eine empirische Untersuchung konzipiert und die Ergebnisse präsentiert. Der gesamte Prozess wird im Rahmen des Seminars begleitet und mit den Seminarteilnehmenden diskutiert.
Lehrveranstaltung(en)	Project Module
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar ermöglicht die Vertiefung und den Ausbau methodischer Kompetenzen durch die selbstständige Bearbeitung eines anwendungsbezogenen Forschungsprojektes als Vorbereitung auf eigenständiges Arbeiten in Forschung oder Praxis.
Prüfungsform(en)	Projektbearbeitung plus Präsentation (semesterbegleitend)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Modulbeschreibung

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

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

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

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

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

Modulbeschreibung

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

WAHLPFLICHTMODULE

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können dynamische, hochkomplexe soziale Systeme und ihre Entwicklung klassifizieren und kritisch vergleichen, indem sie anhand von Fallstudien aus verschiedenen Kulturräumen erörtern, wie sich Organisationen erfolgreich – oder auch erfolglos – in komplexen Umfeldern verhalten, um später diese konzeptuellen Werkzeuge im Bereich der Organisationsberatung anwenden zu können.
Inhalte	<p>Das forschungsorientierte Seminar beschäftigt sich mit der Analyse von dynamischen sozialen Systemen wie Organisationen, Allianzen, Staaten und Staatengemeinschaften. Die vorgestellten Ansätze stammen aus der neueren Organisationstheorie (Strategy-As-Practice) der Soziologie (z.B. Luhmann's Autopoiesis-Ansatz), Process Thought (Whitehead) und Complex Systems Theory (Stacey et al.).</p> <p>Im praxisorientierten Seminar "Case Studies in Organisational Complexity" wird anhand von Fallstudien aus unterschiedlichen Kulturräumen erörtert, wie sich Organisationen erfolgreich – oder auch erfolglos – in komplexen Umfeldern verhalten und Interventionsmöglichkeiten aufgezeigt. Hier werden die spezifischen Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen im Bereich der Organisationsberatung und -entwicklung praktisch erkundet.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Organisations in Hyperdynamic Environments [Research-oriented Seminar]</p> <p>Case Studies in Organizational Complexity [Practice-oriented Seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten anhand von Fallstudienarbeit auf die Berufspraxis vor.
Prüfungsform(en)	Sommersemester: Semesterbegleitende Prüfung Wintersemester: mündliche Prüfung
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h

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

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1		
Modulkürzel	IBP-M-1-1.06		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christina Cramer		
ECTS-Punkte	10	Workload gesamt	300h
SWS	4	Präsenzzeit	60h (4 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	240h
Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. oder 2. Semester / Jedes Sommersemester / 1 Semester		
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden verstehen und analysieren Interaktionen zwischen Anbietern und Kunden als dynamische Beziehungen, indem sie die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich des Relationship Marketings sowie angrenzender Themen einordnen, kritisch bewerten und auf konkrete forschungs- und praxisorientierte Aufgabenstellungen anwenden. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Marketing, Customer Relations und Marktforschung und reflektieren eigene berufliche Perspektiven.</p>		
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar werden grundlegende Konzepte und Modelle im Bereich des Relationship Marketings und angrenzender Themen erarbeitet, um das Verhalten von Anbietern und Kunden auf Konsumgütermärkten besser erklären zu können. Dabei steht ein umfassendes Marketingverständnis im Sinne einer beziehungsorientierten Unternehmensstrategie im Mittelpunkt. Darüber hinaus gewinnen die Studierenden einen Überblick über den Stand der empirischen Forschung in diesem Themengebiet. Vor dem Hintergrund internationaler Marktentwicklungen werden dabei auch interkulturelle Fragestellungen diskutiert.</p> <p>Das praxisorientierte Seminar begleitet und vertieft diese Themenschwerpunkte anwendungsorientiert. Hierbei werden auch spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich des Marktmanagements erkundet. Den Studierenden wird so Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>		
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Market and Consumer Psychology I [research-oriented seminar]</p> <p>Advanced Market and Consumer Psychology I [practice-oriented seminar]</p>		
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	<p>Die Seminare bereiten die Studierenden auf die Berufspraxis vor, indem sie mittels blended learning fachliche und methodische Kompetenzen im Studienschwerpunkt erweitern und vertiefen.</p>		

Modulbeschreibung

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

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

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

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

Qualifikationsziele	<p>Das Ziel, weltweit die Lebensbedingungen zu verbessern steht im Zentrum der nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (UN General Assembly, 2015). Dieses Ziel wurde bis heute nicht erreicht: Lebensbedingungen unterscheiden sich global und regional stark, und die Unterschiede gehen mit weiteren Unterschieden einher wie Armut oder Reichtum, Verschmutzung und Gesundheit, Bildung, etc. Zudem bestehen Unterschiede zwischen Lebensbedingungen innerhalb von Ländern.</p> <p>In diesem Modul wollen wir untersuchen, welche Anstrengungen in den Feldern der Verhaltensökonomie und der Psychologie unternommen werden um Lebensbedingungen zu verbessern. Wir wollen insbesondere auf die Rolle von materieller Armut eingehen und wie diese wirtschaftliche Entscheidungen beeinflusst. Zudem wollen wir untersuchen, welche Rolle Unternehmertum, Rücküberweisungen durch MigrantInnen, oder Entwicklungshilfe für die Lebensbedingungen spielen. Wir werden dabei auch auf aktuelle Initiativen schauen (z.B. durch Regierungen, Stadtverwaltungen, private Initiativen, etc.), und wir werden untersuchen, wie verhaltenswissenschaftliche und psychologische Theorie auf derartige Initiativen angewendet werden können.</p>
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar untersuchen wir aus theoretischer Sicht verschiedene, weltweit praktizierte Ansätze der Entwicklungszusammenarbeit, der Armutsbekämpfung, der Verbesserung von Lebensbedingungen und des Gesundheitswesens. Hierbei werden wir auf Regierungsinitiativen eingehen aber auch auf Initiativen aus der Wissenschaft, von Praktikern oder von internationalen Hilfsorganisationen, und wir werden die Effektivität der Initiativen in den Blick nehmen.</p> <p>In diesem Zusammenhang werden wir auch auf die Methodik der Evaluation derartiger Initiativen betrachten und methodologische Herausforderungen diskutieren. In der Literaturliste haben wir bereits einige, vorwiegend aus der Wissenschaft stammende Initiativen zusammengestellt. Studierende sind aber angehalten, selbst weitere Beispiele zu suchen und diese in die Semindiskussion einzubringen. Zusätzlich erwarten wir, dass die Literaturliste zum Teil eigenständig erarbeitet und in der Veranstaltung präsentiert wird.</p>

	Das praxisorientierte Seminar wollen wir ausgewählt Ansätze genauer untersuchen, eigene Hypothesen aus diesen Ansätzen ableiten, und empirische Möglichkeiten entwickeln, mit denen wir diese Hypothesen überprüfen können. In dieser Veranstaltung erwarten wir, dass die erarbeiteten Kompetenzen in einem kleinen Forschungs- oder Praxisprojekt angewendet werden.
Lehrveranstaltung(en)	Behavioral Development Economics [Research-oriented Seminar] Behavioral Development Economics [Practice-oriented Seminar]
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten mithilfe der kritischen Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Publikationen, der Präsentation von Fachliteratur und deren Reflektion im Seminar, sowie der selbstständigen Anfertigung einer Hausarbeit, auf die Berufspraxis vor.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter; 2/3-Gewichtung) und mündliche Prüfungsleistung: Semesterbegleitende Präsentation (1/3-Gewichtung)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h
Teilnahmeempfehlungen	Ökonomische Psychologie, Quantitative Methoden, Globalisierung
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Haslam, P. A., Schafer, J., & Beaudet, P. (2017). <i>Introduction to international development: Approaches, actors, issues, and practice</i> (3rd ed.). Oxford University Press.</p> <p>Kremer, Michael, Gautam Rao & Frank Schilbach (2019), Behavioral Economics and Development, Chapter prepared for the <i>Handbook of Behavioral Economics (Vol 2)</i>;</p> <p>Cook, T. D., Campbell, D. T., & Shadish, W. (2002). <i>Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference</i>. Boston, MA: Houghton Mifflin.</p> <p>Banerjee, A. V., Banerjee, A., & Duflo, E. (2011). <i>Poor economics: A radical rethinking of the way to fight global poverty</i>. Public Affairs.</p> <p>Campos, F., Frese, M., Goldstein, M., Iacovone, L., Johnson, H. C., McKenzie, D., & Mensmann, M. (2017). Teaching personal initiative</p>

Modulbeschreibung

	<p>beats traditional training in boosting small business in West Africa. <i>Science</i>, 357(6357), 1287-1290.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>
--	--

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2
Modulkürzel	IBP-M-1-2.05
Modulverantwortliche/r	Youlia Spivak

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich Arbeits- und Personalpsychologie kritisch bewerten und praktisch anwenden, indem sie sich in verschiedenen Themen einarbeiten, dazu Referate halten sowie Trainingskonzepte entwickeln für Personalentwicklung vor allem im Bereich des betriebliches Gesundheitsmanagements und psychologischer Gefährdungsbeurteilung, um eigene berufliche Perspektiven im Human Resource Management zu reflektieren und später in der Lage zu sein in ihrem Berufsfeld entsprechende Instrumente der Personalentwicklung zu konzipieren und anzuwenden.
Inhalte	<p>Das forschungsorientierte Seminar wird sich mit vertiefenden Themen der Arbeits- und Personalpsychologie beschäftigen, insbesondere mit der Gesundheit und dem Wohlbefinden von Individuen in Organisationen, d.h. Stress und Strain, betriebliche Gesundheitsförderung, Coaching, Work-Life-Balance. Darüber hinaus werden zentrale Themen des Gesundheitsmanagements und psychologischer Gefährdungsbeurteilung und Entwicklung und Evaluation von Trainings behandelt.</p> <p>Diese Themen werden im praxisorientierten Seminar in Lehrforschungsprojekten oder in Form von Praxisprojekten (z.B. die Entwicklung und Durchführung von Trainings in Unternehmen) bearbeitet. Des Weiteren wird der Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen auf die Arbeits- und Berufswelt thematisiert. Damit werden die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/-innen im Human Ressource Management praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Work and Personnel Psychology [Research-oriented Seminar]</p> <p>Advanced Work and Personnel Psychology [Practice-oriented Seminar]</p>

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

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden verstehen und analysieren Interaktionen zwischen Anbietern und Kunden aus dem Blickwinkel der sog. Service Logic, indem sie die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich des Dienstleistungsmanagements sowie angrenzender Themen einordnen, kritisch bewerten und auf konkrete forschungs- und praxisorientierte Aufgabenstellungen anwenden. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich Dienstleistungsmanagement, Marketing und Marktforschung und reflektieren eigene berufliche Perspektiven.
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar werden grundlegende Konzepte und Modelle im Bereich des Dienstleistungsmanagements und angrenzender Themen erarbeitet, um das Verhalten von Anbietern und Kunden auf Konsumgütermärkten besser erklären zu können. Dabei steht die sog. Service Logic im Mittelpunkt. Darüber hinaus gewinnen die Studierenden einen Überblick über den Stand der empirischen Forschung in diesem Themengebiet. Vor dem Hintergrund internationaler Marktentwicklungen werden dabei auch interkulturelle Fragestellungen reflektiert.</p> <p>Das praxisorientierte Seminar begleitet und vertieft diese Themenschwerpunkte anwendungsorientiert. Hierbei werden auch spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen/-innen im Bereich des Dienstleistungsmanagements erkundet. Den Studierenden wird so Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Market and Consumer Psychology II [research-oriented seminar]</p> <p>Advanced Market and Consumer Psychology II [practice-oriented seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare bereiten die Studierenden auf die Berufspraxis vor, indem sie mittels blended learning fachliche und methodische Kompetenzen im Studienschwerpunkt erweitern und vertiefen.

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

Modulbeschreibung

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

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

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können mit Hilfe empirischer und experimenteller Methoden das menschliche Verhalten im Wirtschaftskontext evaluieren, indem sie die formalen Techniken der Behavioral Economics eigenständig auf verschiedene Themengebiete anwenden und kritisch reflektieren, um später im jeweiligen beruflichen Umfeld entscheiden zu können, mit welchen Methoden der interkulturellen Wirtschaftspsychologie ökonomische Maßnahmen bzw. Entscheidungen flankiert oder umgesetzt werden sollen.
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar liegt der Fokus auf der formalen Modellierung von Präferenzen und Nutzen, bei strategischen Interaktionen unter der Berücksichtigung bestimmter psychologischer Verhaltensmotive, die im ökonomischen Standardmodell fehlen.</p> <p>Im praxisorientierten Seminar findet eine anwendungsbezogene Bearbeitung statt. Hier werden die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsychologen/innen im Bereich Ökonomie praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen anhand der Entwicklung von Geschäftsideen und Business Plänen zu prüfen.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Behavioral Economics [Research-oriented Seminar]</p> <p>Advanced Behavioral Economics [Practice-oriented Seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und der kritischen Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Publikationen, der Präsentation von Fachliteratur und deren Reflektion im Seminar, sowie der selbstständigen Anfertigung einer Hausarbeit, auf die Berufspraxis vor..
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter; 2/3-Gewichtung) und mündliche Prüfungsleistung: Semesterbegleitende Präsentation (1/3-Gewichtung)

Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h
Teilnahmeempfehlungen	Ökonomische Psychologie, Markt- und Konsumpsychologie, Finanzierung
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Camerer, Colin (2003), Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction, New York, NY: Russell Sage Foundation.</p> <p>Cartwright, E. (2011). Behavioral Economics. Routledge</p> <p>Wilkinson, Nick und Matthias Klaes (2017): "An Introduction to Behavioral Economics", 3. Auflage, Palgrave Macmillan, New York.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>