

MODULHANDBUCH

BACHELORSTUDIENGANG

INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

ABSCHLUSS: BACHELOR OF SCIENCE

Gültigkeitszeitraum:

1. September 2023 bis 31. August 2024

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	Silke Jörgens

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 wahrnehmungsbezogene und kognitive Phänomene sowie deren Erklärungsmodelle wiedergeben sowie diese vor dem Hintergrund des aktuellen Forschungsstandes analysieren, interpretieren und bewerten.
Inhalte	Gegenstand der Allgemeinen Psychologie 1 sind die Grundlagen von Wahrnehmung inkl. Psychophysik, Aufmerksamkeit, Denken und Sprache. Die Vorlesung führt in die wichtigsten kognitionspsychologischen und neurowissenschaftlichen Erklärungsmodelle ein. Im Seminar werden diese Grundlagen anhand von Beispielen und ausgewählten experimentellen Studien vertieft, deren Problematik im Plenum diskutiert und deren Anwendungsbezüge in der Allgemeinen und 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 Analysieren, Diskutieren und Interpretieren von englischsprachiger Fachliteratur sowie praktischen Beispielen 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)

Modulbeschreibung

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Nein
Bibliographie/Literatur	Becker-Carus, C. & Wendt, M.: Allgemeine Psychologie- Eine Einführung, 2. Auflage; Springer 2004 Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

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	<p>Gegenstand der Sozialpsychologie ist das Erleben und Verhalten von Individuen im sozialen bzw. soziokulturellen Kontext. Kernthemen der Sozialpsychologie sind u.a. soziale Kognition, Intergruppenbeziehungen, Vorurteile und Diskriminierung, Einstellungen, Konformität und Gehorsam.</p> <p>Die Vorlesung führt in die Schlüsselbegriffe, Arbeitsweisen und Fragestellungen der Sozialpsychologie ein. Klassische und aktuelle Theorien, sowie wichtige empirische Befunde auch der kulturvergleichenden Forschung und deren wissenschaftstheoretische Grundlagen werden vermittelt.</p> <p>In dem Seminar werden ausgewählte Themen der Sozialpsychologie behandelt. Die Studierenden erarbeiten sich z.B. im Rahmen von Kleingruppenarbeiten eine vertiefte Kenntnis spezifischer sozialpsychologischer Themen und Forschungsmethoden. Dabei werden besondere Bezüge zur Interkulturellen Wirtschaftspsychologie aufgezeigt. Durch die theoretische Vermittlung, die praktische Einübung sowie die Rückmeldung von Lehrenden und weiteren Seminarteilnehmenden erwerben Studierende zudem Kompetenzen in Präsentation und Moderation.</p>
Lehrformen	Vorlesung Introduction to Social Psychology – 2 SWS Seminar Vertiefung Sozialpsychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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 Lesen und Diskutieren englischsprachiger Fachliteratur sowie durch die Durchführung von Selbsterfahrungsübungen.

Prüfungsformen	Die Modulprüfung erfolgt entweder als papierbasierte Klausur oder als elektronische Klausur (Klausurdauer in beiden Formaten: 60 Minuten). Die Sprache in der Klausur ist Englisch.
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. (2021). <i>Social Psychology</i> (9th Edition). Harlow. Aronson, E., Wilson, T. D., & Sommers, S. R. (2020). <i>Social Psychology</i> (10 th Edition, Global Version). Pearson Education. Ullrich, J., Stroebe, W., & Hewstone, M. (2023). <i>Sozialpsychologie</i> (7. Aufl.). Heidelberg.

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 den wissenschaftlichen Herangehensweisen und dem Berufsbild des Wirtschaftspsychologen/der Wirtschaftspsychologin vertraut zu machen.
Prüfungsformen	Hausarbeit (Umfang ca. 5.000 Wörter) im Seminar 'Wissenschaftstheorie, Geschichte und Ethik der Psychologie', Bearbeitungszeit bis Ende der Prüfungsperiode.

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	Hussy, W., & Schreier, M. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Berlin u.a.: Springer. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

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 oder R) praktisch aufgearbeitet. Schwerpunkte 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 (60 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	Seminar Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre -2 SWS Seminar Foundations of Strategic Management -2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar BWL vermittelt grundlegendes wirtschaftswissenschaftliches Fachwissen. Im Seminar Foundations of Strategic Management lernen die Studierenden (auch anhand von Fallstudien) die strategischen Entscheidungen zugrundeliegenden Parameter kennen. Außerdem erwerben die Studierenden überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das englischsprachige Seminar.
Prüfungsformen	Wintersemester: Klausur 60 Minuten (wahlweise Deutsch oder 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	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 allgmeinpsychologischen Bereichen herstellen, indem sie sich klassische englischsprachige Studien anhand von Originalliteratur 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 und Gedächtnis. Die Vorlesung führt in historische und aktuelle Theorien der Lern-, Emotions- und Motivations- und Gedächtnisforschung. Auf deren Anwendungsbezüge in der Wirtschaftspsychologie wird eingegangen. Das Seminar vertieft die Themengebiete und übt überfachliche Schlüsselkompetenzen anhand weiterer empirischer Befunde, Diskussionen und Übungen. Studierende üben die kritisch-würdigende Auseinandersetzung mit wissenschaftlicher Primärliteratur und die aktivierende Präsentation ihrer Ergebnisse.
Lehrformen	Vorlesung Allgemeine Psychologie II - 2 SWS Seminar Vertiefung Allgemeine Psychologie II – 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 Moderieren von Studienergebnissen der englischsprachigen Fachliteratur verbunden wird.
Prüfungsformen	Sommersemester: Klausur (60 Minuten) + Präsentation (max. 45 Minuten), beide Prüfungsteile müssen bestanden werden Wintersemester: Klausur (60 Minuten) + Hausarbeit (min. 2000 Wörter), beide Prüfungsteile müssen bestanden werden
Teilnahmeempfehlungen	Keine

Modulbeschreibung

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. (2017). Allgemeine Psychologie 2 KOMPAKT. Weinheim: Beltz. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Entwicklungspsychologie
Modulkürzel	IWP-B-1-2.06
Modulverantwortlicher	Silke Jörgens

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 sowie abweichende und pathologische Merkmale von Entwicklungsverläufen beschreiben 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 analysieren und im Kontext wissenschaftlicher Literatur einzuordnen.</p>
Inhalte	<p>Gegenstand der Entwicklungspsychologie sind die Veränderungen im Erleben und Verhalten des Menschen über die gesamte Lebensspanne. Die Studierenden erhalten einen umfassenden Überblick über Theorien, Forschungsmethoden und -befunden zur kognitiven, sozialen und emotionalen Entwicklung in Kindheit und Jugendalter sowie im jungen, mittleren und höheren Erwachsenenalter.</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 zieht Bezüge zur Anwendungspraxis.</p> <p>Im Seminar wird ein repräsentativer Querschnitt der Themengebiete der Vorlesung anhand aktueller und wirtschaftspsychologischer Themen, Fallbeispielen und Forschungsliteratur vertieft.</p>
Lehrformen	<p>Vorlesung Grundlagen Entwicklungspsychologie – 2 SWS Seminar Vertiefung Entwicklungspsychologie – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	<p>Die Vorlesung vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, welches im vertiefenden Seminar mit dem Erwerb überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die Interpretation und Diskussion von Fallbeispielen, Übungsaufgaben und Studienergebnissen der z.T. englischsprachigen Fachliteratur verbunden wird.</p>
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	Berk, L. (2019). Entwicklungspsychologie. Hallbergmoos: Pearson.

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 Wirtschaftspsycholog*innen im Vordergrund und das Kennenlernen gängiger wirtschaftspsychologischer Instrumente, wie das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP), das Fünf-Faktoren-Modell (NEO-PI-R), das Inventar sozialer Kompetenzen (ISK) oder das Leistungsmotivationsinventar (LMI). Es werden zudem ausgewählte Themen und Instrumente vertiefend behandelt wie z.B. interindividuelle und interkulturelle Unterschiede in Motivation, Emotion und Handlung, Persönlichkeit und soziales Verhalten, Persönlichkeit und psychische Störungen und anhand von eigenen Persönlichkeitskonzepten reflektiert.</p>

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	Literatur wird zu Vorlesungsbeginn bekannt gegeben.

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 (60 Minuten, Englisch)
Teilnahmeempfehlungen	

Modulbeschreibung

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	Pflicht: Coolican, H. (2014). Research Methods and Statistics in Psychology (6th edition). Psychology Press: East Sussex. Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.

Modulbezeichnung	Märkte und 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 die ökonomische Grundprobleme in privaten Haushalten und für Unternehmen beschreiben. Sie können die grundlegenden Zusammenhänge der Finanzwirtschaft benennen, die Aufgaben in der Business- und Finanzplanung eines Start-ups erklären sowie verschiedene Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten unterscheiden. Sie können 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 Funktionsweise von Märkten und ihren Akteuren sowie die Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft insbesondere bei Start-ups und jungen Unternehmen. Die Vorlesung gibt eine Einführung in grundlegende und aktuelle Fragestellungen der Volkswirtschaftslehre. Dazu gehören u.a. das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage sowie Wettbewerb unter vollständiger Konkurrenz. Zudem behandelt die Vorlesung finanzwirtschaftliche Entscheidungen und Zielsetzungen im Kontext von Start-ups und jungen Unternehmen. Unter Berücksichtigung des unternehmerischen Lebenszyklus werden charakteristische Aufgaben wie Business- und Finanzplanung präsentiert und Vor- und Nachteile verschiedener Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten diskutiert. 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 Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt den Studierenden fachliche und methodische Kenntnisse für Wirtschaftspsycholog*innen. In der Übung werden die Inhalte anwendungsorientiert erneut aufgegriffen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch englischsprachige Veranstaltungen erworben.		
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten, 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>Wöltje, J. (2022). Investition und Finanzierung-mit Arbeitshilfen online: Grundlagen, Verfahren, Übungsaufgaben und Lösungen (3. Auflage). Freiburg: Haufe-Lexware.</p> <p>Wöltje, J., Schwab, A., Schuhmacher, L. & Gorbacheva, S. (Hrsg.). (2019). Finanzierung für Start-ups und junge Unternehmen: Businessplan, Preiskalkulation, Finanzierungsmöglichkeiten (1. Auflage). Freiburg: Haufe Group.</p> <p>Mankiw, N. G., & Taylor, M. P. (2023). Economics (6th 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 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 Seminar Vertiefung Biologische Psychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung und das Seminar vermitteln grundlegendes psychologisches Fachwissen, das die Inhalte der Allgemeinen Psychologie vertieft und auf Inhalte der Klinischen Psychologie vorbereitet
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine

Modulbeschreibung

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	Güntürkün, O. (2019). Biologische Psychologie. Göttingen: Hogrefe. Weitere Literatur wird zu Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

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, 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 – 2 SWS Seminar Methoden der Arbeits- und Organisationspsychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	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	Wintersemester: Klausur (60 Minuten) Präsentation (max. 30 Min) als Möglichkeit zum Erwerb von Bonuspunkten (max.15% der Aufwertung der Note, Voraussetzung der Anrechnung ist das Bestehen der Klausur). Bonuspunkte sind nicht übertragbar. Sommersemester: Klausur (60 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	Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations-und Personalpsychologie. Heidelberg: Springer. Nerdinger, F. W., Blickle, G.,& Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsy-chologie (4. Aufl.). Berlin: Springer. Schreyögg, G., & Geiger, D. (2015). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden: Springer

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 Phänomenen 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. Sie können die erarbeiteten Inhalte im Rahmen einer Hausarbeit und einer Präsentation adressatengerecht aufbereiten.		
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 Wirtschaftspsycholog*innen gebracht sowie die dazugehörigen Methoden erläutert.		
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	Wintersemester: Hausarbeit (Umfang 2500 Wörter; 2/3-Gewichtung) mit Präsentation (Dauer 20 Minuten; 1/3-Gewichtung)		

	Sommersemester: Hausarbeit (Umfang 2500 Wörter; 2/3-Gewichtung) mit Präsentation (Dauer 20 Minuten; 1/3-Gewichtung)
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	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	3. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können kommunikative Stile unter kulturspezifischen Aspekten analysieren. Sie werden mit Theorien und Methoden der kulturvergleichenden Kommunikationsforschung vertraut gemacht, 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. Das Seminar '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. Im Seminar 'Grundlagen kulturvergleichender Psychologie' werden insbesondere interkulturelle Aspekte der psychologischen Grundlagen- und Anwendungsfächer behandelt wie Kognition, Emotion, Enkulturation, Persönlichkeit sowie physische und psychische Gesundheit. Es werden Besonderheiten der kulturvergleichenden Forschung erläutert, geübt und Anwendungsbezüge aufgezeigt.
Lehrformen	Seminar Grundlagen Interkultureller Wirtschaftskommunikation – 2 SWS Seminar Grundlagen kulturvergleichender Psychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare vermitteln grundlegendes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen.
Prüfungsformen	Wintersemester: Klausur (60 Minuten) + Übung (im Umfang von 15 Stunden)
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	Matsumoto, D., & Juang, L. (2022). Culture and Psychology (7 th ed.). Boston: Cengage Learning. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

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 – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für Wirtschaftspsycholog*innenologinnen, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis 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)	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	Christina Cramer

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 grundlegende Konzepte, Theorien, Modelle und Befunde der Markt- und Konsumpsychologie benennen und erläutern. Sie können das Erleben und Verhalten von Menschen in ihrer Rolle als Konsument*innen psychologisch erklären und einordnen sowie konkrete Maßnahmen des Marketings und der Marktforschung vor diesem Hintergrund kritisch reflektieren. So sind sie später in der Lage, typischen Anforderungen im Bereich des Marketings und der Marktforschung gerecht zu werden.
Inhalte	Gegenstand der Markt- und Konsumpsychologie ist das Erleben und Verhalten von Menschen in ihren Rollen als (potentielle) Kund*innen und Konsument*innen. In der Vorlesung werden zentrale Theorien, Methoden und Befunde der Markt- und Konsumpsychologie dargestellt und hinsichtlich ihres Wertes für die Erklärung des Verhaltens von Menschen im Kontext von Markt und Konsum diskutiert. In der Übung werden vertiefend ausgewählte Methoden der Marktforschung und der Marktbearbeitung erkundet und erprobt, indem die Studierenden Lösungen für konkrete Herausforderungen entwickeln und präsentieren.
Lehrformen	Vorlesung Markt- und Konsumpsychologie - 2 SWS Übung Markt- und Konsumpsychologie - 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt wirtschaftspsychologische Fachkenntnisse. In der begleitenden Übung erwerben Studierende Methodenkenntnisse sowie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch Gruppenarbeit, das Präsentieren und Diskutieren von Vorgehensweisen und Ergebnissen.
Prüfungsformen	Klausur (60 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	Allgemeine Psychologie 1 + 2 Sozialpsychologie Grundlagen BWL Marketing
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)	Keine
Bibliographie/Literatur	<p>Foscht, T., Swoboda, B., & Schramm-Klein, H. (2017). Käuferverhalten. Springer.</p> <p>Hoffmann, S. & Akbar, P. (2019). Konsumentenverhalten. Wiesbaden.</p> <p>Kroeber-Riel, W., & Gröppel-Klein, A. (2019). Konsumentenverhalten (11. Aufl.). Vahlen.</p> <p>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	Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen psychologischer Diagnostik sowie deren Anwendungen. In der <i>Vorlesung</i> werden die Grundlagen psychologischer Diagnostik vermittelt: Definitionen psychologischer Diagnostik, Aufgabenbereiche, Fragestellungen, Diagnostischer Prozess, Entscheidungsstrategien und -fehler, Methoden der Urteilsbildung, Darstellung unterschiedlicher Erhebungsverfahren (z.B. psychometrische Testverfahren allgemein, computerbasierte Testverfahren im Besonderen, Fragebogen, Interviewmethoden, Verhaltensbeobachtung), Gütekriterien psychologischer Diagnostikinstrumente, praktische Anwendung psychologischer Diagnostik in unterschiedlichen Anwendungsbereichen (z.B. A&O-Psychologie, Markt- und Konsument*innenpsychologie, Rechtspsychologie) sowie kultursensible Diagnostik. Das <i>Seminar</i> 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 insbesondere Verfahren aus der Persönlichkeits- und Leistungsdiagnostik sowie der Arbeits- und Organisationspsychologie. Im Rahmen von kurzen Vorträgen und Selbsterfahrungselementen werden Möglichkeiten und Grenzen ausgewählter diagnostischer Instrumente herausgearbeitet und diskutiert.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen psychologischer Diagnostik – 2 SWS Seminar Diagnostische Verfahren – 2 SWS

Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Die Vorlesung vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse, die im begleitenden Seminar vertieft werden. Überfachliche Kompetenzen können durch kurze Vorträge, persönliche Kompetenzentwicklung mithilfe von Selbsterfahrungselementen ausgebaut werden.
Prüfungsformen	Die Modulprüfung erfolgt entweder als papierbasierte Klausur oder als elektronische Klausur (Klausurdauer in beiden Formaten: 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. (2022). <i>Psychologische Diagnostik</i> (6. vollst. überarb. und erw. Aufl.). Springer. Stemmler, G. & Margraf-Stiksrud, J. (Hrsg.). (2015). <i>Lehrbuch Psychologische Diagnostik</i> . Huber. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Testtheorie und Testkonstruktion
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 Schritte zur Entwicklung wissenschaftlich fundierter Tests und Fragebögen sowie die Kriterien zur Gütebeurteilung psychologischer Messverfahren. Sie 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 <i>Vorlesung</i> führt in die theoretischen Grundlagen psychometrischer Tests ein. Inhalte sind u.a. die Klassische Testtheorie sowie damit assoziierte Konzepte (Reliabilität, Validität), die auch bei Kulturvergleichenden 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 Methoden im Rahmen von Item- und Skalenanalysen vorgestellt. Weitere Themen umfassen z.B. eine Einführung in die probabilistische Testtheorie sowie die Normierung von Testverfahren. Im <i>Seminar</i> werden die einzelnen Schritte anhand konkreter Beispiele eingeübt. In Kleingruppen konstruieren und evaluieren die Studierenden ein selbst entworfenes Messverfahren (Fragebogen). Dabei wird unter anderem auch der Umgang mit Anwendungsprogrammen wie Limesurvey, SPSS und R eingeübt, die zur Durchführung von Onlineumfragen sowie von Item-, Reliabilitäts- und Strukturanalysen notwendig sind und die eine fundierte Interpretation der Ergebnisse ermöglichen.
Lehrformen	Vorlesung Testtheorie und Testkonstruktion – 2 SWS Seminar Fragebogenentwicklung – 2 SWS

Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	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	<p>Sommersemester: Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen, nämlich einer Klausur (papierbasiert oder elektronisch; Klausurdauer in beiden Formaten: 60 Minuten; Gewichtung: 70%) und einer Projektarbeit (bis zum Ende des Prüfungszeitraums; Gewichtung: 30%).</p> <p>Wintersemester: Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (papierbasiert oder elektronisch; Klausurdauer in beiden Formaten: 90 Minuten).</p>
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>Bühner, M. (2021). <i>Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion</i> (4. korr. & erw. Auflage). Pearson.</p> <p>Luhmann, M. (2020). <i>R für Einsteiger. Einführung in die Statistik-Software für die Sozialwissenschaften</i> (5. Aufl.). Beltz.</p> <p>Moosbrugger, H. & Kelava, A. (Hrsg.).(2020). <i>Testtheorie und Fragebogenkonstruktion</i> (3. Aufl.). Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

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	<p>Die Studierenden können die der Globalisierung zugrundeliegenden Prozesse und geschichtlichen Zusammenhänge identifizieren. Sie sind in der Lage, komplexe wirtschaftliche Zusammenhänge zu analysieren und zu präsentieren. Zudem können sie ethische Implikationen unternehmerischen Handelns im nationalen und internationalen Raum ableiten.</p> <p>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.</p>
Inhalte	<p>Im Seminar werden Prozesse der Industrialisierung verschiedener Länder dargestellt. Am Beispiel von Großbritannien, China, Rußland und Japan werden verschiedene Modelle des wirtschaftlichen Handelns und ihre Verwurzelung im soziokulturellen Kontext des jeweiligen Landes erörtert.</p> <p>In den Übungen werden anhand von Fallstudien aus dem internationalen Management Verknüpfungen der verschiedenen wirtschaftlichen und psychologischen Disziplinen aufgezeigt und Lösungsansätze kritisch diskutiert.</p>
Lehrformen	Seminar History of Business – 2 SWS Übung Case Study Colloquium – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar vermittelt Fachwissen für interkulturell bzw. international arbeitende Wirtschaftspsychologen mit Bezug zu tagesaktuellen geschichtlich-kulturellen Prozessen, die in den begleitenden Übungen 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	Sommersemester: Klausur (60 Minuten, Englisch)
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	<p>Amatori, F., & Colli, A. (2011). Business History – Complexities and Comparisons. London: Routledge.</p> <p>Galbraith, J. K. (1998). History of Economics – The Past as the Present. London: Penguin.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Beginn des Semesters bekanntgegeben</p>

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. Das Modul 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. In der Übung werden die Inhalte der Vorlesung durch Fallbeispiele und Übungsaufgaben angewendet und ergänzt.		
Lehrformen	Vorlesung Globalisation – 2 SWS Übung Globalisation – 2 SWS		
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für interkulturell bzw. international arbeitende Wirtschaftspsycholog*innen. Zudem werden überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung erworben.		
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten; Englisch)		
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	<p>Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2022). International Economics: Theory and Policy (12th 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 freie*r Trainer*in.
Lehrformen	Praktikum Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die interkulturelle Dimension des Studiengangs wird hier intensiviert, sodass sukzessiv interkulturelle Kompetenzen aufgebaut werden und zur Reflexion über Kohärenz von Zielen und Praxis angeregt wird.
Prüfungsformen	Praktikumsbericht (Umfang 20 Seiten) Mündlicher Vortrag (max. 15 Minuten) Gewichtung: Bericht: 8/10, Vortrag: 2/10
Teilnahmeempfehlungen	

Modulbeschreibung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/210 der Gesamtnote mit einer 0,3fachen 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 Mitarbeitenden, der bestimmter Zielgruppen 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/	Die Vorlesung vermittelt angewandtes Fachwissen für Wirtschaftspsycholog*innen auf Grundlage der Inhalte der Allgemeinen

Lehr- und Lernmethoden	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 Vorlesungsbeginn 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 kennen die experimentelle Forschung in der Wirtschaftspsychologie. Darauf aufbauend sind sie in der Lage, eine eigene experimentelle Studie zu planen und durchzuführen indem sie sich vertiefendes theoretisches Wissen aus der Fachliteratur erschließen, eigene Forschungshypothesen formulieren und zur Überprüfung der Hypothesen ein Experiment durchführen. Gewonnene Daten werten sie in Hinblick auf die Forschungshypothesen aus und setzen die empirischen Ergebnisse mit der theoretischen Ausgangslage in Bezug. Studierende präsentieren im Modul ihr Experiment. Das Modul bereitet auf spätere Forschungsarbeiten, wie z.B. die Bachelorarbeit, vor.
Inhalte	Das Experimentalpraktikum dient der Gewinnung methodischen Wissens sowie praktischer Labor- und Felderfahrung zur experimentellen Methode in der psychologischen Forschung. Unter Anleitung entwickeln Studierende ein konkretes Experiment zu einer Fragestellung, sichten die einschlägige wissenschaftliche Literatur, leiten Hypothesen ab, erheben in einem Experiment 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. Zusätzlich nehmen die Studierenden als Probanden an empirischen Untersuchungen anderer Studierenden teil. Daraus können sie Erkenntnisse für die Planung und Gestaltung eigener Untersuchungen ableiten, die Aussagekraft von psychologischen Untersuchungen vor dem Hintergrund der eigenen Teilnahme kritisch reflektieren und schematisches Wissen zum Ablauf von unterschiedlichen experimentellen Herangehensweisen aufbauen.
Lehrformen	Vorlesung Experimentelle Forschungsmethoden – 2 SWS Übung Experimentelle Forschung – 1 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Das Modul ermöglicht den Ausbau methodischer Kompetenzen, die in der Übung als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen von Arbeit in Kleingruppen erprobt wird.

Prüfungsformen	Präsentation: Präsentation (max. 15 Minuten) eines Posters zu einem selbst durchgeführten experimentellen Forschungsvorhaben
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	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, in- dem 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 Rechtsquellen und Grundbegriffe des Arbeitsrechts. Sie können beschreiben, wie ein Arbeitsverhältnis begründet wird, und welche Rechte und Pflichten sich aus dem Arbeits- verhältnis ergeben. Zudem können sie praxisrelevante Fragen zu Leistungsstörungen im Arbeitsrecht und zur Beendigung von Arbeitsver- hältnissen beantworten.</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 Anforderungsanalyse, Personalauswahl, Personalentwicklung, Füh- rung sowie Stress und Work-Life-Balance, auch in Bezug auf interkul- turelle Besonderheiten. Im Projektseminar sollen eigene beispielhafte Untersuchungen konzipiert werden.</p> <p>Die Vorlesung "Recht für Wirtschaftspsychologen" vermittelt den Studierenden Grundkenntnisse in den nachfolgenden Bereichen des Arbeitsrechts: Begründung des Arbeitsverhältnisses, Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis, Leistungsstörung im Arbeitsverhältnis, Beendigung des Arbeitsverhältnisses, Betriebsver- fassungs- und Tarifvertragsrecht.</p>

	<p>Studierende erarbeiten sich im Submodul 'Vertiefung Quantitative Methoden' vertiefende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen 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, Moderator- und Mediator-effekte. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung der Statistiksoftware R praktisch erarbeitet und bereiten somit die Grundlage für die eigenständige Durchführung der Hausarbeit.</p>
<p>Lehrformen</p>	<p>Seminar Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie – 2 SWS Seminar Praxis Arbeits- und Personalpsychologie – 2 SWS Vorlesung Recht für Wirtschaftspsycholog*innen – 2 SWS Vorlesung/ Übung Vertiefung Quantitative Methoden – 4 SWS Übung Trainingskonzeption – 2 SWS</p>
<p>Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den</p>	<p>Das Seminar fördert selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten mit Übungen, Diskussionen und Vorträgen und vermittelt vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis erprobt wird. Das Submodul „Trainingskonzeption“ vermittelt berufspraktische Kompetenzen. Das Submodul „Vertiefung Quantitative Methoden“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen quantitativen Projekten, die sich thematisch aus dem Studienschwerpunkt generieren. Die Vorlesung „Recht für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsycholog*innen aus einer anderen Disziplin.</p>
<p>Prüfungsformen</p>	<p>1) LV-Studienschwerpunkt 1: Arbeits- und Organisationspsychologie a) Seminare: Übung (semesterbegleitend), Hausarbeit (semesterbegleitend, Abgabe in der letzten Woche der Klausurphase, ca. 10 Seiten) und Präsentation (max. 45 Minuten) b) Vorlesung Recht für Wirtschaftspsycholog*innen: Klausur (60 Minuten) Gewichtung der Teilprüfungen für die Benotung der LV: Seminare: 2/3 (67%) Klausur: 1/3 (33%)</p> <p>2) Submodul Trainingskonzeption: Präsentation (semesterbegleitend 20 Minuten), Hausarbeit (ca. 3 Seiten)</p> <p>3) Submodul Einführung Quantitative Methoden: Sommersemester: Hausarbeit (semesterbegleitend, Umfang insgesamt 6 Seiten Beschreibung und Tabellen, plus Logfile von R). Die Hausarbeit wird semesterbegleitend in drei Teilen geschrieben, die Bearbeitungszeit pro Teil beträgt eine Woche. Wintersemester: Hausarbeit (Umfang insgesamt 6 Seiten Beschreibung und Tabellen, plus Logfile von R) Die Bearbeitungszeit beträgt drei Wochen.</p>
<p>Teilnahmeempfehlungen</p>	
<p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten</p>	<p>Bestandene Modulprüfung</p>

Modulbeschreibung

Stellenwert der Note für die Endnote	Das Modul: 18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung) Gewichtung der Prüfungen zur Bildung der Modulnote: LV-Studienschwerpunkt 1: Arbeits- und Organisationspsychologie: 3/6 (50%)
	Submodul Trainingskonzeption: 1/6 (17%) Submodul Einführung Quantitative Methoden: 2/6 (33%)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Kauffeld, S. (2019). <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2019) <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (4. Aufl.). Berlin: Springer.</p> <p>Schuler, H. & Kanning, U. P. (2014). <i>Lehrbuch der Personalpsychologie</i> (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). <i>Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

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 vertiefende Themen, Konzepte und Befunde der angewandten Markt- und Konsumpsychologie erklären, einordnen und bewerten, indem sie Forschungsergebnisse und Praxisfälle unter Einbezug interkultureller Aspekte analysieren sowie eigene Untersuchungen konzipieren, um später in ihrer beruflichen Praxis in der Lage zu sein, Situationen einzuschätzen, Strategien zu entwickeln und angemessene Maßnahmen durchzuführen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Rechtsquellen und Grundbegriffe des Arbeitsrechts. Sie können beschreiben, wie ein Arbeitsverhältnis begründet wird, und welche Rechte und Pflichten sich aus dem Arbeitsverhältnis ergeben. Zudem können sie praxisrelevante Fragen zu Leistungsstörungen im Arbeitsrecht und zur Beendigung von Arbeitsverhältnissen beantworten.</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>Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen wie Sprachkompetenz (Englisch), Präsentations- und Moderationskompetenzen sowie spezifische digitale Kompetenzen erworben.</p>
Inhalte	<p>Die Seminare 'Markt- und Konsumpsychologie I' (Vertiefung und Praxis) behandeln ausgewählte Themen und Befunde zum Konsumverhalten sowie, aus Unternehmensperspektive, zum Marketing von Konsumgütern (z.B. zu Branding, Pricing, Marketing Strategy) und überprüfen diese im interkulturellen Kontext. Präsentationen und Diskussionen begleiten die Themen forschungs- und anwendungsorientiert.</p> <p>Die Vorlesung 'Recht für Wirtschaftspsychologen' vermittelt den Studierenden Grundkenntnisse in den nachfolgenden Bereichen des Arbeitsrechts: Begründung des Arbeitsverhältnisses, Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis, Leistungsstörung im</p>

	<p>Arbeitsverhältnis, Beendigung des Arbeitsverhältnisses, Betriebsverfassungs- und Tarifvertragsrecht.</p> <p>Im Submodul 'Vertiefung Quantitative Methoden' erarbeiten sich die Studierenden vertiefende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen 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, Moderator- und Mediatoreffekte. 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 'Projektseminar Kundenzufriedenheitsanalyse' konzipieren Studierende in einem Beratungsprojekt in Kleingruppen eine Befragung für ein Unternehmen, führen diese selbständig durch, bereiten die Ergebnisse auf und präsentieren sie.</p>
<p>Lehrformen</p>	<p>Seminar 'Vertiefung Markt- und Konsumpsychologie I' – 2 SWS Seminar 'Praxis Markt- und Konsumpsychologie I' – 2 SWS Vorlesung 'Recht für Wirtschaftspsychologen' – 2 SWS Vorlesung + Übung 'Submodul: Vertiefung Quantitative Methoden' – 4 SWS Projektseminar 'Submodul: Kundenzufriedenheitsanalyse' – 2 SWS</p>
<p>Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Die Seminare 'Markt- und Konsumpsychologie' fördern vertiefendes Fachwissen, selbständiges wissenschaftliches Arbeiten, Transfer- und Anwendungskompetenz durch blended learning, Präsentationen, Übungen und Diskussionen.</p> <p>Die Vorlesung 'Recht für Wirtschaftspsychologen' eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsycholog*innen aus einer anderen Disziplin.</p> <p>Das 'Submodul Vertiefung Quantitative Methoden' verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen quantitativen Projekten, die sich thematisch aus dem Studienschwerpunkt generieren.</p> <p>Das Seminar 'Submodul Kundenzufriedenheitsanalyse' vermittelt und erprobt berufspraktische Kompetenzen in ihrer konkreten Anwendung.</p>
<p>Prüfungsformen</p>	<p>Kombinierte Prüfungsform:</p> <p>1. LV-Studienschwerpunkt Markt- u. Konsumpsychologie I: a) 'Markt- und Konsumpsychologie': Präsentation (ca. 15 Minuten; semesterbegleitend) plus Klausur (60 Minuten) b) 'Recht für Wirtschaftspsychologen': Klausur (60 Minuten) Gewichtung der Teilprüfungen für die Benotung der LV: a) 'Markt- und Konsumpsychologie': 2/3 (67%); b) Recht: 1/3 (33%)</p> <p>2. Submodul 'Vertiefung Quantitative Methoden': Sommersemester: Hausarbeit (semesterbegleitend, Umfang insgesamt 6 Seiten Beschreibung und Tabellen, plus Logfile von R). Die Hausarbeit wird semesterbegleitend in drei Teilen geschrieben, die Bearbeitungszeit pro Teil beträgt eine Woche. Wintersemester: Hausarbeit (Umfang insgesamt 6 Seiten Beschreibung und Tabellen, plus Logfile von R). Die Bearbeitungszeit beträgt drei Wochen.</p>

	<p>3. Submodul 'Kundenzufriedenheitsanalyse' (Seminar): Projektbearbeitung incl. Präsentation (30 Minuten), semesterbegleitende Prüfung</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>Modul: 18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung) Gewichtung der Prüfungen zur Bildung der Modulnote: 1. LV-Studienschwerpunkt Markt- u. Konsumpsychologie I: 3/6 (50%) 2. Submodul 'Vertiefung Quantitative Methoden': 2/6 (33%) 3. Submodul 'Zufriedenheitsanalyse': 1/6 (17%)</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Usunier, J.-C., & Lee, J. A. (2013). Marketing across Cultures (6th ed.). Pearson. Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson. Weitere Literatur wird zu 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. Sie können die erlernten verhaltensökonomischen Inhalte anwenden, aktuelle Problemstellungen damit analysieren und mögliche Lösungsansätze entwerfen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Rechtsquellen und Grundbegriffe des Arbeitsrechts. Sie können beschreiben, wie ein Arbeitsverhältnis begründet wird, und welche Rechte und Pflichten sich aus dem Arbeitsverhältnis ergeben. Zudem können sie praxisrelevante Fragen zu Leistungsstörungen im Arbeitsrecht und zur Beendigung von Arbeitsverhältnissen beantworten.</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>
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>Die Vorlesung "Recht für Wirtschaftspsychologen" vermittelt den Studierenden Grundkenntnisse in den nachfolgenden Bereichen des</p>

	<p>Arbeitsrechts: Begründung des Arbeitsverhältnisses, Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis, Leistungsstörung im Arbeitsverhältnis, Beendigung des Arbeitsverhältnisses, Betriebsverfassungs- und Tarifvertragsrecht.</p> <p>Studierende erarbeiten sich im Submodul 'Vertiefung Quantitative Methoden' vertiefende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen 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, Moderator- und Mediatoreffekte. 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 Entscheidungsarchitekturen und liberalem Paternalismus. Dabei liegt der Fokus auf ökonomischen Experimenten, die Verhaltensänderungen bewirken sollen. Das Wissen wird auf verschiedene Bereiche übertragen, wie z.B. Gesundheitswesen, Umweltschutz, Besteuerung, Entwicklungsökonomie und Politikgestaltung.</p>
<p>Lehrformen</p>	<p>Seminar Verhaltensökonomie der Arbeits-, Absatz- & Verbrauchermärkte – 4 SWS Vorlesung Recht für Wirtschaftspsychologen – 2 SWS Vorlesung/Übung Submodul Vertiefung Quantitative Methoden – 4 SWS Seminar Submodul Nudging – 2 SWS</p>
<p>Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Das Seminar fördert selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten mit Übungen, Diskussionen und Vorträgen und vermittelt vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis erprobt wird.</p> <p>Die Vorlesung 'Recht für Wirtschaftspsychologen' eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen /Wirtschaftspsychologinnen aus einer anderen Disziplin.</p> <p>Das Submodul 'Nudging' vermittelt berufspraktische Kompetenzen. Das Submodul 'Vertiefung Quantitative Methoden' verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen ökonometrischen Projekten, die sich thematisch aus dem Studienschwerpunkt generieren.</p>
<p>Prüfungsformen</p>	<p>Kombinierte Prüfungsform</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. LV-Studienschwerpunkt 1: Ökonomische Psychologie <ol style="list-style-type: none"> a. Seminar Verhaltensökonomie: Hausarbeit (Umfang 5000 Wörter); Gewichtung der Teilprüfungen für die Benotung der LV: 2/3 (67%); b. Vorlesung Recht für Wirtschaftspsychologen: Klausur (60 Minuten); Gewichtung der Teilprüfungen für die Benotung der LV: 1/3 (33%); 2. Submodul Vertiefung Quantitative Methoden: Sommersemester: Hausarbeit (semesterbegleitend, Umfang insgesamt 6 Seiten Beschreibung und Tabellen, plus Logfile von R). Die Hausarbeit wird semesterbegleitend in drei Teilen geschrieben, die Bearbeitungszeit pro Teil beträgt eine Woche. Wintersemester: Hausarbeit (Umfang insgesamt 6 Seiten Beschreibung und Tabellen, plus Logfile von R). Die Bearbeitungszeit beträgt drei Wochen.

	3. Submodul Nudging: Hausarbeit (Umfang 2500, Gewichtung 2/3) und Übung (Gewichtung 1/3).
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>Modul: 18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)</p> <p>Gewichtung der Prüfungen zur Bildung der Modulnote:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. LV-Studienschwerpunkt Ökonomische Psychologie 1: 3/6 (50%) 2. Submodul 'Vertiefung Quantitative Methoden': 2/6 (33%) 3. Submodul Nudging: 1/6 (17%)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Angner, Erik (2020) A Course in Behavioral Economics, 3rd Ed</p> <p>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</p> <p>Beck, H. (2014). Behavioral Economics – Eine Einführung. Wiesbaden: Gabler Verlag.</p> <p>Dubben, H.-H., & Beck-Bornholdt, H.-P. (2005). Mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit. Logisches Denken und Zufall. Hamburg: Rowohlt Verlag</p> <p>Harff, Christoph; McLachlan, Christopher (2021), Corporate Nudging – Verhaltensmuster in Organisationen durch intelligente Anstupsen verändern, Freiburg: Haufe.</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	Bachelorarbeit
Modulkürzel	IWP-B-1-7.05
Modulverantwortlicher	Silke Jörgens

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 Lernmethoden	Durch die selbständige forschungsorientierte Untersuchung bauen die Studierenden Kompetenzen in wissenschaftlichem Arbeiten aus.
Prüfungsformen	Die Prüfung besteht aus einem schriftlichen und mündlichen Teil. Schriftlicher Teil: Bachelorarbeit (wahlweise Deutsch oder Englisch), Bearbeitungsdauer: 4 Monate Mündlicher Teil: Präsentation und Diskussion der Arbeit (30 Minuten) Gewichtung: 8/10 (schriftlich), 2/10 (mündlich)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	18/210 der Gesamtnote (1,5-fache Gewichtung)

Modulbeschreibung

Verwendung des Moduls (in anderen 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, mit Hilfe 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 Studierenden können Theorien der strategischen Unternehmensführung 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 'Organisation Theory and Design' behandelt die grundlegenden Theorien der strategischen Unternehmensführung (Resource Dependence Theory, Institutional Theory, Contingency Approach, Population Ecology etc). Vorgestellte Ansätze werden als konzeptuell-analytische 'Werkzeugbox' an aktuellen Beispielen angewendet, um Lösungsvorschläge zu entwickeln.</p> <p>In dem Seminar 'Angewandte Organisationstheorie' lernen Studierende die Anwendung grundlegender Theorien der Organisationslehre auf aktuelle Probleme der Wirtschaft, wie z.B. Mergers im internationalen Kontext.</p> <p>Das Seminar '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 der praktischen Anwendung psychologischer Diagnostik im Bereich der Begutachtung und der Gutachtenerstellung in ausgewählten Anwendungsfeldern insbesondere der interkulturellen Wirtschaftspsychologie. Die Studierenden erlernen in der Vorlesung unter anderem, wie eine psychologische Begutachtung eines diagnostischen Einzelfalls geplant und durchgeführt wird. Darüber hinaus wird erlernt, wie diagnostische Ergebnisse rückgemeldet werden. In der Übung wird aufbauend auf den Inhalten der Vorlesung die praktische Anwendung der speziellen Methoden geübt. Es wird den Studierenden anhand von Fallbeispielen die Möglichkeit gegeben, die im Rahmen der Veranstaltung erworbenen theoretischen und praktischen Kenntnisse zur Gutachtenerstellung anhand einer (interkulturellen) Fragestellung anzuwenden. Dies ermöglicht ihnen im Rahmen ihrer späteren berufspraktischen Tätigkeit auf der Grundlage der in Gutachten gesammelten diagnostischen Informationen Stellungnahmen abgeben und Handlungsempfehlungen ableiten zu können. Es werden dabei Querverweise auf die Relevanz der Methoden in den Schwerpunktfächern des Studiengangs Interkulturelle Wirtschaftspsychologie geleistet.</p> <p>Im Submodul ‚Reflexiver Essay‘ setzen sich die Studierenden mit Hilfe von Literaturrecherche und eigener Reflexion kritisch mit dem gesellschaftlichen Kontext des Berufsfelds eines Wirtschaftspsychologen auseinander.</p>
<p>Lehrformen</p>	<p>Seminar Organisation Theory and Design – 2 SWS Seminar Angewandte Organisationstheorie – 2 SWS Seminar Ethik für Wirtschaftspsychologen – 2 SWS Vorlesung/Übung Vertiefung psychologische Diagnostik – 4 SWS Übung Reflexiver Essay - 2 SWS</p>
<p>Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>In den Seminaren werden theoretische Konzepte auf Fallstudien und evtl. praktische Erfahrungen der Studierenden angewendet und deren Relevanz und Bedeutung (kritisch) diskutiert. Das Submodul „Vertiefung psychologische Diagnostik“ verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext. Das Seminar „Ethik für Wirtschaftspsychologen“ eröffnet neues berufsfeldbezogenes Wissen aus der Disziplin der Unternehmens- und Sozialethik als Grundlage für den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen, die im Submodul „Reflexiver Essay“ reflektiert werden.</p>
<p>Prüfungsformen</p>	<p>Kombinierte Prüfungsform 1. LV- Studienschwerpunkt 2: Arbeits- und Organisationspsychologie 1.1. Organisation Theory and Design / Angewandte Organisationstheorie: Wintersemester: Klausur 60 Minuten in englischer Sprache; Sommersemester: Mündliche Prüfung (20 Minuten) in englischer Sprache. Gewichtung dieser Prüfungen für die Benotung des Schwerpunktmoduls: 2/3 (67%) 1.2. Seminar Ethik für Wirtschaftspsychologen: Wintersemester Klausur 60 Minuten (deutsch); Sommersemester: mündliche Prüfung (20 Minuten, deutsch). Gewichtung dieser Prüfung für die Benotung des Schwerpunktmoduls: 1/3 (33%)</p>

	<p>2. Submodul Reflexiver Essay Hausarbeit 3000 Wörter (wahlweise deutsch oder englisch)</p> <p>3. Submodul Vertiefung Psychologische Diagnostik Hausarbeit (Umfang: 5.000 Wörter)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>Modul: 18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung) Gewichtung der Prüfungen zur Bildung der Modulnote: 1. LV-Studienschwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie II: 3/6 (50%) 2. Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik': 2/6 (33%) 3. Submodul 'Reflexiver Essay': 1/6 (17%)</p>
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. Griseri, P., & Seppala, N. (2010). Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Hampshire: Cenage Learning. Proyer, R. T., & Ortner, T. M. (2018). <i>Praxis der Psychologischen Gutachtenerstellung. Schritte vom Deckblatt bis zum Anhang</i>. Göttingen. Westhoff, K., & Kluck (2014). <i>Psychologische Gutachten schreiben und beurteilen</i>. Heidelberg. 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>Die Studierenden können vertiefende Themen, Konzepte und Befunde der angewandten Markt- und Konsumpsychologie erklären, einordnen und bewerten, indem sie Forschungsergebnisse und Praxisfälle unter Einbezug interkultureller Aspekte reflektieren und kritisch diskutieren, um später in ihrer beruflichen Praxis in der Lage zu sein, Situationen einzuschätzen, Strategien zu entwickeln und angemessene Maßnahmen durchzuführen.</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> <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>Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen wie Sprachkompetenz (Englisch), Präsentations- und Moderationskompetenzen sowie spezifische digitale Kompetenzen erworben.</p>
Inhalte	<p>Gegenstand der Seminare 'Markt- und Konsumpsychologie II' (Vertiefung und Praxis) sind weiterführende Themen und Befunde aus ausgewählten Bereichen des Konsumverhaltens sowie des Marketing Managements im interkulturellen Kontext (z.B. Marketing Communications / Advertising, Cross-Cultural Marketing Research). Präsentationen und Diskussionen begleiten diese Themen forschungs- und anwendungsorientiert.</p>

	<p>Das Seminar 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' führt in die Ansätze der Ethik wie z.B. Tugendethik, deontologische Ansätze, Konsequentialismus und Relativismus ein und behandelt die soziale Verantwortung von Unternehmen, Stakeholder Management und Corporate Governance sowie Themen der Nachhaltigkeit und Umweltethik.</p> <p>Das Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik' vermittelt vertiefte Kenntnisse der praktischen Anwendung psychologischer Diagnostik im Bereich der Begutachtung und der Gutachtenerstellung in ausgewählten Anwendungsfeldern insbesondere der interkulturellen Wirtschaftspsychologie. Die Studierenden erlernen in der Vorlesung unter anderem, wie eine psychologische Begutachtung eines diagnostischen Einzelfalls geplant und durchgeführt wird. Darüber hinaus wird erlernt, wie diagnostische Ergebnisse rückgemeldet werden. In der Übung wird aufbauend auf den Inhalten der Vorlesung die praktische Anwendung der speziellen Methoden geübt. Es wird den Studierenden anhand von Fallbeispielen die Möglichkeit gegeben, die im Rahmen der Veranstaltung erworbenen theoretischen und praktischen Kenntnisse zur Gutachtenerstellung anhand einer (interkulturellen) Fragestellung anzuwenden. Dies ermöglicht ihnen im Rahmen ihrer späteren berufspraktischen Tätigkeit, auf der Grundlage der in Gutachten gesammelten diagnostischen Informationen Stellungnahmen abgeben und Handlungsempfehlungen ableiten zu können. Es werden dabei Querverweise auf die Relevanz der Methoden in den Schwerpunktfächern des Studiengangs Interkulturelle Wirtschaftspsychologie geleistet.</p> <p>Im Submodul ,Reflexiver Essay' setzen sich die Studierenden mit Hilfe von Literaturrecherche und eigener Reflexion kritisch mit dem gesellschaftlichen Kontext des Berufsfelds von Wirtschaftspsychologen auseinander.</p>
<p>Lehrformen</p>	<p>Seminar 'Vertiefung Markt- und Konsumpsychologie II' – 2 SWS Seminar 'Praxis Markt- und Konsumpsychologie II' – 2 SWS Seminar 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' – 2 SWS Vorlesung + Übung 'Submodul: Vertiefung psychologische Diagnostik' – 4 SWS Übung 'Submodul: Reflexiver Essay – 2 SWS</p>
<p>Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Die Seminare 'Markt- und Konsumpsychologie' fördern vertiefendes Fachwissen, selbständiges wissenschaftliches Arbeiten, Transfer- und Anwendungskompetenz durch blended learning, Präsentationen, Übungen und Diskussionen.</p> <p>Das Seminar 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' eröffnet neues berufsfeldbezogenes Wissen aus der Disziplin der Unternehmens- und Sozialethik als Grundlage für den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen, die im Submodul ,Reflexiver Essay' reflektiert werden.</p> <p>Das Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik' verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext.</p>
<p>Prüfungsformen</p>	<p>Kombinierte Prüfungsform: 1. LV-Studienschwerpunkt 'Markt- u. Konsumpsychologie II': a) 'Markt- und Konsumpsychologie': Präsentation (ca. 15 Minuten; semesterbegleitend) plus Klausur (60 Minuten)</p>

	<p>b) 'Ethik für Wirtschaftspsychologen': Wintersemester: Klausur (60 Minuten, deutsch); Sommersemester: mündliche Prüfung (20 Minuten, deutsch) Gewichtung der Teilprüfungen für die Benotung der LV: a) 'Markt- und Konsumpsychologie': 2/3 (67%); b) Ethik: 1/3 (33%)</p> <p>2. Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik': Hausarbeit (5.000 Wörter)</p> <p>3. Submodul 'Reflexiver Essay': Hausarbeit (3.000 Wörter, wahlweise deutsch oder englisch)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>Modul: 18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung) Gewichtung der Prüfungen zur Bildung der Modulnote: 1. LV-Studienschwerpunkt Markt- u. Konsumpsychologie II: 3/6 (50%) 2. Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik': 2/6 (33%) 3. Submodul 'Reflexiver Essay': 1/6 (17%)</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Usunier, J.-C., & Lee, J. A. (2013). <i>Marketing across Cultures</i> (6th ed.). Pearson.</p> <p>Griseri, P., & Seppala, N. (2010). <i>Business Ethics and Corporate Social Responsibility</i>. Hampshire: Cengage Learning.</p> <p>Proyer, R. T., & Ortner, T. M. (2018). <i>Praxis der Psychologischen Gutachterstellung. Schritte vom Deckblatt bis zum Anhang</i>. Göttingen.</p> <p>Westhoff, K., & Kluck (2014). <i>Psychologische Gutachten schreiben und beurteilen</i>. Heidelberg.</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 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> <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>
Inhalte	<p>Die Seminare 'Verhaltensökonomie der Finanz- und Kapitalmärkte' vermitteln projektorientiert die Modellierung von Kapitalmarktanomalien und Risikowahrnehmungen, um bestimmte psychologische Verhaltensmotive z.B. von Investor*innen und Anleger*innen erfassen zu können, die im ökonomischen Standardmodell fehlen. Dabei werden Erkenntnisse und Methoden aus der Psychologie, moderner Verhaltensökonomie und klassischer Entscheidungstheorie berücksichtigt. Darüber hinaus erhalten die Studierenden eine Einführung in die experimentelle Kapitalmarktforschung und zu ausgewählten Verhaltens- und Kapitalmarktanomalien. Die anwendungsbezogene Bearbeitung der Projektthemen fokussiert z.B. auf Prognosen über das zukünftige Verhalten der (Kapital-) Marktteilnehmer*innen, die Rolle soziokultureller Unterschiede und auf</p>

	<p>direkte Handlungsempfehlungen - beispielsweise im Rahmen der Geldanlage.</p> <p>Das Seminar 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' führt in die Ansätze der Ethik wie z.B. Tugendethik, deontologische Ansätze, Konsequentialismus und Relativismus ein und behandelt die soziale Verantwortung von Unternehmen, Stakeholder Management und Corporate Governance sowie Themen der Nachhaltigkeit und Umweltethik.</p> <p>Das Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik' vermittelt vertiefte Kenntnisse der praktischen Anwendung psychologischer Diagnostik im Bereich der Begutachtung und der Gutachtenerstellung in ausgewählten Anwendungsfeldern insbesondere der interkulturellen Wirtschaftspsychologie. Die Studierenden erlernen in der Vorlesung unter anderem, wie eine psychologische Begutachtung eines diagnostischen Einzelfalls geplant und durchgeführt wird. Darüber hinaus wird erlernt, wie diagnostische Ergebnisse rückgemeldet werden. In der Übung wird aufbauend auf den Inhalten der Vorlesung die praktische Anwendung der speziellen Methoden geübt. Es wird den Studierenden anhand von Fallbeispielen die Möglichkeit gegeben, die im Rahmen der Veranstaltung erworbenen theoretischen und praktischen Kenntnisse zur Gutachtenerstellung anhand einer (interkulturellen) Fragestellung anzuwenden. Dies ermöglicht ihnen im Rahmen ihrer späteren berufspraktischen Tätigkeit auf der Grundlage der in Gutachten gesammelten diagnostischen Informationen Stellungnahmen abgeben und Handlungsempfehlungen ableiten zu können. Es werden dabei Querverweise auf die Relevanz der Methoden in den Schwerpunktfächern des Studiengangs Interkulturelle Wirtschaftspsychologie geleistet.</p> <p>Im Submodul 'Reflexiver Essay' setzen sich die Studierenden mit Hilfe von Literaturrecherche und eigener Reflexion kritisch mit dem gesellschaftlichen Kontext des Berufsfelds eines Wirtschaftspsychologen auseinander.</p>
<p>Lehrformen</p>	<p>Seminar Verhaltensökonomie der Finanz- und Kapitalmärkte – 4 SWS Seminar 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' – 2 SWS Vorlesung + Übung 'Submodul: Vertiefung psychologische Diagnostik' – 4 SWS Übung 'Submodul: Reflexiver Essay' – 2 SWS</p>
<p>Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Das Seminar vermittelt systematisch und zielgerichtet vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts und dient der berufspraktischen Erprobung der gelernten Inhalte.</p> <p>Das Seminar 'Ethik für Wirtschaftspsychologen' eröffnet neues berufsfeldbezogenes Wissen aus der Disziplin der Unternehmens- und Sozialethik als Grundlage für den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen, die im Submodul Reflexiver Essay' reflektiert werden.</p> <p>Das Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik' verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext.</p>
<p>Prüfungsformen</p>	<p>1. LV-Studienschwerpunkt 2: Ökonomische Psychologie</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Seminar Verhaltensökonomie: Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter); Gewichtung der Teilprüfungen für die Benotung der LV: 2/3 (67%); b. Seminar "Ethik für Wirtschaftspsychologen": Wintersemester: Klausur 60 Minuten, deutsch;

	<p>Sommersemester: mündliche Prüfung, (20 Minuten, deutsch). Gewichtung der Teilprüfungen für die Benotung der LV: 1/3 (33%)</p> <p>2. Submodul Vertiefung psychologische Diagnostik: Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)</p> <p>3. Submodul Reflexiver Essay (Hausarbeit 3000 Wörter, wahlweise englisch oder deutsch)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>Modul: 18/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)</p> <p>Gewichtung der Prüfungen zur Bildung der Modulnote:</p> <p>1. LV-Studienschwerpunkt Ökonomische Psychologie 2: 3/6 (50%)</p> <p>2. Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik': 2/6 (33%)</p> <p>3. Submodul 'Reflexiver Essay': 1/6 (17%)</p>
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. Griseri, P. ,& Seppala, N. (2010). Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Hampshire: Cenage Learning.</p> <p>Harff, Christoph; McLachlan, Christopher (2021), Corporate Nudging – Verhaltensmuster in Organisationen durch intelligente Anstupsen verändern, Freiburg: Haufe.</p> <p>Proyer, R. T., & Ortner, T. M. (2018). <i>Praxis der Psychologischen Gutachtenerstellung. Schritte vom Deckblatt bis zum Anhang</i>. Göttingen.</p> <p>Westhoff, K., & Kluck (2014). <i>Psychologische Gutachten schreiben und beurteilen</i>. Heidelberg.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>