



# MODULHANDBUCH

1. September 2016 bis 31. August 2017

Bachelorstudiengang

**INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE (B. SC.)**

Gültig in Verbindung mit der Fachprüfungsordnung vom 28. August 2015

## INHALT

<b>ALLGEMEINES .....</b>	<b>3</b>
Abkürzungen .....	4
Didaktische Konzepte .....	4
Notenberechnung .....	4
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>5</b>
ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 1 .....	6
METHODEN 3 .....	8
VWL 1 + IWK 2 .....	10
SOFT SKILLS III .....	12
ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 2 .....	13
METHODEN 4 .....	15
VWL 2 + RECHT .....	17
SOFT SKILLS 4 .....	19
<b>PRAXIS-/AUSLANDSSEMESTER.....</b>	<b>21</b>
PRAXIS-/AUSLANDSSEMESTER.....	22

# ALLGEMEINES

## Abkürzungen

ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
h	Stunden
IWP	Interkulturelle Wirtschaftspsychologie
KG	Kleingruppe
LN	Leistungsnachweis
LP	Leistungspunkte, entspricht ETCS
S	Seminar
SS	Sommersemester
SWS	Semesterwochenstunden
T	Tutorium
TN	Teilnahmenachweis
Ü	Übung
VL	Vorlesung
WS	Wintersemester

## Didaktische Konzepte

<b>Vorlesung:</b>	Interaktiver Unterricht mit Powerpoint und Beamer, Whiteboard, Etherpad, Moderations- sowie Klein- oder Großgruppenmethoden.
<b>Seminar:</b>	Diskursorientierter Unterricht mit Whiteboard, Metaplan- Wand, Flipchart, Referaten, Experimenten, Videosequenzen, Kleingruppenarbeit oder Moderationsmethode.
<b>Übung:</b>	Interaktiver Übungsunterricht durch gezielte Einbindung der Studierenden zur Erörterung von applikativen Beispielaufgaben sowie ergänzende Diskussion des wirtschaftspsychologischen Anwendungsbezugs.
<b>Kleingruppe:</b>	Übungsgruppen, die begleitend zu einer Vorlesung oder zu einem Seminar angeboten werden und die Möglichkeit geben, das Gehörte in Kleingruppen anzuwenden und einzuüben.
<b>Tutorium:</b>	Durch Studierende höherer Semester angeleitete Veranstaltung zur Vertiefung der Vorlesungsinhalte, für die die Tutorinnen eine einführende Schulung erhalten und während des Semesters begleitet werden.
<b>Selbststudium:</b>	Angeleitete Selbstlernphase mit Vor- und Nachbereitung, Hausaufgaben oder eLearning.

## Notenberechnung

Nach Abschluss eines Moduls ist dessen Gesamtnote zu ermitteln. Die Gesamtnote für eine Modulprüfung ergibt sich aus dem gewichteten Mittel der Prüfungsergebnisse der einzelnen Modulteilprüfungen bzw. aus dem gewichteten Mittel der Submodulnoten in dem jeweiligen Modul.

Die Gesamtnote der Bachelorprüfung ergibt sich aus dem gewichteten Mittel der Noten der Modulprüfungen der erfolgreich abgeschlossenen Module und der Bachelorarbeit. Die Gewichtung erfolgt durch die den Modulen und der Bachelorarbeit zugeordneten Leistungspunkte. Dabei werden die Module, die laut Studienplan in der Anlage zur Fachprüfungsordnung dem ersten und zweiten Semester zugeordnet sind, lediglich mit der Hälfte ihrer Leistungspunkte gewichtet. Die Bachelorarbeit wird mit dem 1,5-fachen ihrer Leistungspunkte gewichtet. Das Auslandssemester wird mit einem Drittel seiner Leistungspunkte gewichtet.

## PFLICHTMODULE

<b>Titel der LV</b>	<b>ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 1</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	8
<b>Modulverantwortlich</b>	Claudia Ang-Stein	<b>ECTS</b>	9
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	270h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Allgemeine Psychologie 2	30h (2 SWS)	50h	Deutsch
S	Vertiefung Allgemeine Psychologie 2	30h (2 SWS)	25h	Deutsch
VL	Grundlagen Biologische Psychologie	30h (2 SWS)	50h	Deutsch
S	Vertiefung Biologische Psychologie	30h (2 SWS)	25h	Deutsch

<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Studierenden verfügen über Grundlagenkenntnisse der affektiven Funktionen und können Querverbindungen zwischen den verschiedenen Bereichen herstellen. Sie können die verschiedenen Modelle vergleichen, Gemeinsamkeiten identifizieren und Unterschiede herausarbeiten.</p> <p>Zudem sind die Lernenden fähig, die Inhalte auf wirtschaftliche Anwendungsfelder zu transferieren. Sie haben die Fähigkeit erworben, wissenschaftliche Diskurse zu führen, wissenschaftliche Inhalte schriftlich darzulegen und kritisch zu beleuchten.</p> <p>Die Studierenden kennen die Zusammenhänge zwischen grundlegenden biologischen Prozessen und komplexen psychologischen Phänomenen. Sie können wichtige physiologische Vorgänge und deren pathophysiologische Entgleisung erklären und zentrale Konzepte und Forschungsmethoden der Biopsychologie beschreiben.</p>
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand der Allgemeine Psychologie 2</b> sind die Schwerpunkte Emotion, Motivation und Lernen. Die <b>Vorlesung Allgemeine Psychologie 2</b> gibt einen Überblick über historische und aktuelle Theorien der Emotions-, Motivations- und Lernpsychologie. Behandelt werden insbesondere kognitive Ansätze der Emotions- und Motivationsforschung, Modelle zur Interaktion zwischen Emotionen, Motivation und kognitiven Prozessen sowie grundlegende Prinzipien der affektiven Informationsverarbeitung. Das <b>Seminar Allgemeine Psychologie 2</b> vertieft Themen der Vorlesung anhand aktueller empirischer Befunde</p> <p><b>Gegenstand der Biologischen Psychologie</b> sind die physiologischen und insbesondere die neurobiologischen Grundlagen des Verhaltens und Erlebens zum Gegenstand hat. Die <b>Vorlesung Biologische Psychologie</b> gibt einen Überblick über die Grundzüge der Biologischen Psychologie gegeben. 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. Als Vertiefung im <b>Seminar Biologische Psychologie</b> können z.B. Sexualität und Fortpflanzung, homöostatische Prozesse, biologische Rhythmen und Schlaf, Emotionen, Gedächtnis, Lernen und Sprache behandelt.</p>
<b>Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–
	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	WS, SS
	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–

<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Klausur Allgemeine Psychologie 2 (60 Minuten) LN Allgemeine Psychologie 2 Referat / Poster / Bericht / Portfolio Klausur Biologische Psychologie (90 Minuten)
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	Deutsch
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung

<b>Titel der LV</b>	<b>METHODEN 3</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	4
<b>Modulverantwortlich</b>	Anke Weber	<b>ECTS</b>	8
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Statistik 1	30h (2 SWS)	90h	English / Deutsch
Ü	Übung zu Statistik 1	30h (2 SWS)	90h	English / Deutsch

<b>Lernergebnisse</b>	<p><i>Students will have a good understanding of the basics of descriptive and exploratory statistics and will know how to apply these methods in the context of intercultural business psychology.</i></p> <p><i>Students are able to understand the theoretical bases of probability theory. Students are able to autonomously implement methods of descriptive statistics (in SPSS or R) and correctly interpret results.</i></p> <p>Studierende können die Grundprinzipien der beschreibenden und explorativen Statistik und deren Anwendungen im Kontext interkultureller wirtschaftspsychologische Fragestellungen wiedergeben und die theoretischen Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung beschreiben.</p> <p>Studierende können eigenständig und unter Zuhilfenahme einer Statistiksoftware (SPSS oder R) Daten darstellen und mithilfe deskriptiv-statistischer Kennzahlen auswerten und interpretieren.</p>
<b>Inhalte</b>	<p><b>Module objective</b> is a theoretical and applied introduction to descriptive statistics and exploratory data analysis, as well as probability theory, in the context of intercultural business psychology.</p> <p>More precisely, the <b>lecture</b> will focus on the following topics: Descriptive statistics (i.e. organizing and summarizing data, graphical representation of data, frequencies and distributions), correlations, and introduction to inferential statistics, in particular probability theory.</p> <p>In the <b>Tutorial</b> students will have the opportunity to apply the theoretical concepts studied in the lectures and use statistical software (SPSS, R) to solve exercises related to questions in psychology.</p> <p><b>Gegenstand</b> des Moduls ist eine theoretische und anwendungsorientierte Einführung in die Grundlagen der deskriptiven Statistik und explorative Datenanalyse, sowie eine Einführung in die Wahrscheinlichkeitsrechnung.</p> <p>Der Schwerpunkt der <b>Vorlesung</b> liegt auf den Bereichen beschreibende 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.).</p> <p>In den <b>Übungen</b> werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS, R) praktisch aufgearbeitet. Schwerpunkt der Übungsaufgaben sind interkulturelle Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie.</p>
<b>Literatur</b>	<p>Coolican, H. (2014). Research Methods and Statistics in Psychology (6th edition). East Sussex: Psychology Press.</p> <p>Optional: Sedlmeier, P. und F. Renkewitz (2013): Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.</p>

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–
	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	WS
	<b>Dauer</b>	1 Semester



	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–
<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Klausur (90 Minuten)
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	<i>English/</i> Deutsch
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung

<b>Titel der LV</b>	<b>VWL 1 + IWK 2</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	8
<b>Modulverantwortlich</b>	Youlia Spivak	<b>ECTS</b>	8
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Ökonomische Psychologie	30h (2 SWS)	30h	Deutsch
S	Vertiefung Ökonomische Psychologie	30h (2 SWS)	30h	Deutsch
VL	Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie	30h (2 SWS)	30h	Deutsch
S	Schwerpunkte der Arbeits- und Organisationspsychologie	30h (2 SWS)	30h	Deutsch

<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis der Charakteristika der ökonomischen Psychologie und ihre Abgrenzung zu anderen Disziplinen. Sie können das Für und Wider der Annahme des „Homo Oeconomicus“ und deren Bedeutung für die Nationalökonomie sowie die Logik ökonomischen Handels erläutern. Sie erlernen psychologische Basiskonzepte zur Erweiterung der (neoklassischen) Wirtschaftstheorie und können makroökonomischer Prozesse aus wirtschaftspsychologischer Sicht beschreiben. Zudem erwerben die Studierenden zentrale Fachtermini in Deutsch(und ggf. Englisch als Vorbereitung für weiterführende Veranstaltungen). Die Studierenden üben das analytische Denken und das Herstellen von Verbindungen verschiedener Disziplinen bzw. Fachrichtungen. Sie reflektieren eigene Verhaltensweise und erlebte Prozesse anhand von problem-based learning an praxisnahen Aufgabenstellungen</p> <p>Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse über das Erleben und Verhalten von Menschen in Arbeitsorganisationen sowie über die mögliche Wirkung von Bedingungen in der Arbeitswelt auf das Erleben, Verhalten und die Kompetenzen (z.B. Arbeitsauftrag, Organisationsform, Führungsstil). Sie können Möglichkeiten der Veränderung und der Entwicklung von menschlichen Leistungsvoraussetzungen aufzeigen und grundlegendes Wissen zur Personalauswahl und Personalentwicklung in den Anwendungsbezug bringen.</p>
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand der Ökonomischen Psychologie</b> ist das Erleben und Verhalten des Menschen in Zusammenhang mit gesamtwirtschaftlichen Fragestellungen. Hierbei betrachtet die Wirtschaftspsychologie den Menschen gleichzeitig als Betroffenen und Verursacher.</p> <p>Grobgliederung der Vorlesung Ökonomische Psychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einordnung &amp; Abgrenzung der Ökonomischen Psychologie</li> <li>– Problematik rationalen Verhaltens („Homo Oeconomicus“)</li> <li>– (Makroökonomische) Märkte</li> <li>– Psychologie der Arbeitsmärkte</li> <li>– Psychologie der Finanzmärkte</li> <li>– Psychologie von Geld &amp; Inflation</li> <li>– Psychologie der Besteuerung</li> </ul> <p>In dem Seminar Ökonomische Psychologie werden Themen der Vorlesung anhand aktueller empirischer Befunde vertieft.</p> <p><b>Gegenstand der Arbeits- und Organisationspsychologie</b> ist die Analyse und Bewertung von Organisationen und Arbeitssystemen sowie die Personalpsychologie. Die Vorlesung Arbeits- und Organisationspsychologie vermittelt einen Überblick über die wichtigsten Inhalte und Aufgabenbereiche der Arbeits- und Organisationspsychologie. Zentrale Themen sind Arbeits- und Anforderungsanalyse, Belastung und Beanspruchung, Arbeitszeitgestaltung und Arbeitssicherheit sowie Führung und Motivation, Berufswahl und berufliche Entwicklung, Teamarbeit, Arbeitsleistung, Leistungsbeurteilung, Organisationsdiagnose und Organisationsentwicklung. Im Seminar Arbeits- und Organisationspsychologie werden vertiefend Instrumente und Verfahren behandelt</p>
<b>Literatur</b>	<p>Wiswede, G. (2012). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. Stuttgart: UTB.</p> <p>Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe.</p>

Bofinger, P. (2015). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. Hallbergmoss: Pearson.

Bofinger, P.; Meyer, E. (2015). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Das Übungsbuch. Hallbergmoss: Pearson.

Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Heidelberg: Springer.

Nerdinger, F. W., Blickle, G., Schaper, N. (2014) Arbeits- und Organisationspsychologie (3. Aufl.). Berlin: Springer.

Schreyögg, G., Geiger, D. (2015). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden: Springer

Schuler, H. & Kanning, U. P. (2014) Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–
	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	WS
	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–

<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Klausur Ökonomische Psychologie (90 Minuten) Klausur A & O-Psychologie (90 Minuten)
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	Deutsch
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung

<b>Titel der LV</b>	<b>SOFT SKILLS III</b>		
<b>Modulkürzel</b>	...	<b>SWS</b>	4
<b>Modulverantwortlich</b>	Birgit Kleymann	<b>ECTS</b>	5
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Interkulturelles Handeln	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Vertiefung Interkulturelles Handeln	30h (2 SWS)	30h	Deutsch
Ü	Interkulturelles Training	–	–	English

<b>Lernergebnisse</b>	Die Studierenden kennen aktuelle Diskurse der Kulturtheorieforschung und sind mit Theorien und Methoden der kulturvergleichenden Kommunikationsforschung vertraut. Sie können kommunikative Stile unter kulturspezifischen Aspekten analysieren und kennen einschlägige Handlungstheorien der interkulturellen Psychologie.
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand</b> des Moduls sind Theorien der kulturvergleichenden Kommunikationsforschung und interkulturellen Psychologie.</p> <p>Die <b>Vorlesung</b> führt in zentrale Aspekte der Kulturtheorieforschung und der interkulturellen Psychologie ein, wie z.B. Geschichte der interkulturellen Kommunikation, Kommunikationstheorien, Kulturtheorien, psychologische Forschungsperspektiven auf Interkulturalität, interkulturelles Handeln, interkulturelles Lernen, interkulturelle Kompetenz.</p> <p>In dem <b>Seminar</b> werden Themen aus ausgewählten Forschungsbereichen und/oder Anwendungsgebieten vertieft behandelt, wobei besonders Querbezüge zu wirtschaftspsychologischen Bereichen aufgezeigt werden.</p>
<b>Literatur</b>	<p>Bolten, J.(2015). Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Stuttgart: utb.</p> <p>Haas. H. (2009). Das interkulturelle Paradigma. Passau: Karl Stutz.</p> <p>Berry, J.W. Poortinga, Y.H. (2011). Cross-cultural psychology. Research and applications. Cambridge: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–
	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	WS
	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–

<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Klausur (60 Minuten) LN Referat / Bericht / Portfolio / Hausarbeit TN Interkulturelles TRaining
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	Deutsch
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung

<b>Titel der LV</b>	<b>ANGEWANDTE PSYCHOLOGIE 2</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	8
<b>Modulverantwortlich</b>	N.N.	<b>ECTS</b>	9
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	270h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Markt- und Werbepsychologie	30h (2 SWS)	50h	Deutsch
S	Schwerpunkte der Markt- und Werbepsychologie	30h (2 SWS)	25h	Deutsch
VL	Grundlagen psychologischer Diagnostik	30h (2 SWS)	50h	Deutsch
Ü	Übung zu diagnostischen Verfahren	30h (2 SWS)	25h	Deutsch

<b>Lernergebnisse</b>	<p>Die grundlegenden Begriffe und Methoden der Markt- und Werbepsychologie sind den Studierenden bekannt und werden korrekt angewendet. Ferner kennen und verstehen Studierende die wichtigsten Theorien und empirischen Befunde des Fachgebiets und können deren wissenschaftliche und praktische Bedeutung einschätzen. Die Studierenden erwerben Wissen über und grundlegendes Verständnis von einschlägigen Methoden und Ergebnissen wissenschaftlicher Forschung (Feldstudien, Evaluationen, Experimente) der Markt- und Konsumentenpsychologie.</p> <p>Die Lernenden kennen den gesamten Prozess des psychologischen Diagnostizierens (von der Fragestellung über alle folgenden Schritte bis hin zur Ergebnisrückmeldung). Sie beherrschen grundlegende Methoden zur Interviewerstellung und Verhaltensbeobachtung. Sie können des Weiteren die Erhebungsmethoden nach ihren Haupt- (Objektivität, Reliabilität, Validität) und Nebengütekriterien beurteilen. Darüber hinaus können die Studierenden diagnostische Informationen für den Einzelfall sachgerecht auswerten und interpretieren. Die Lernenden besitzen die Fähigkeit, diagnostische Vorgehensweisen nach methodischen und inhaltlichen Kriterien umfassend zu analysieren und zu beurteilen. Sie beherrschen die Anwendung computergestützter Tests. Darüber hinaus weisen sie vertiefte Kenntnisse bezüglich zentraler Auswahlkriterien für diagnostische Methoden auf und können diagnostische Informationen auswerten und interpretieren</p>
<b>Inhalte</b>	<p><b>Gegenstand der Markt- und Konsumentenpsychologie</b> ist das Erleben und Verhalten des Menschen in seinen Rollen als (potentieller) Kunde und Konsument sowie als Investor oder Vertriebspartner am Markt. In der <b>Vorlesung</b> werden die zentralen Theorien, Methoden und Forschungsergebnisse der Markt- und Konsumentenpsychologie dargestellt und hinsichtlich ihres Wertes für die Erklärung des Verhaltens von Menschen im Kontext von Markt und Konsum diskutiert. Im <b>Seminar</b> werden Schwerpunkte in Marktkommunikation, Marktforschung und Konsumentenverhalten vertiefend behandelt.</p> <p><b>Gegenstand der Grundlagen psychologischer Diagnostik</b> sowie deren Anwendungen. In der Vorlesung Grundlagen psychologischer Diagnostik werden die Grundlagen psychologischer Diagnostik dargestellt: Der diagnostische Prozess, Entscheidungsstrategien und -fehler, Methoden der Urteilsbildung, Darstellung von Interviewmethoden und Methoden der Verhaltensbeobachtung sowie psychometrische Einzelfalldiagnostik. Die Übung Diagnostische Verfahren dient der praktischen Anwendung, Einübung und Vertiefung der theoretisch erworbenen Lerninhalte aus der Vorlesung: Aufbau, theoretischer Hintergrund, Testmaterial, Gütekriterien. In diesem Sinne werden Möglichkeiten und Grenzen ausgewählter diagnostischer Methoden in Vorträgen und durch Übungsaufgaben der Studierenden herausgearbeitet. Eine Selbsterfahrung mit Computertests, die selbstständige Durchführung einer Erhebung sowie das eigenständige Formulieren eines kurzen Befundes sind integrale Bestandteile</p>
<b>Literatur</b>	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–

	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	SS
	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–
<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Klausur Markt- und Werbepsychologie (90 Minuten) LN Markt- und Werbepsychologie Referat / Bericht / Portfolio / Hausarbeit Klausur Diagnostik (90 Minuten)
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	Deutsch
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung

<b>Titel der LV</b>	<b>METHODEN 4</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	4
<b>Modulverantwortlich</b>	Anke Weber	<b>ECTS</b>	8
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Statistik II	30h (2 SWS)	90h	English / Deutsch
Ü	Übung zu Statistik II	30h (2 SWS)	90h	English / Deutsch

<b>Lernergebnisse</b>	<p><i>Students will have a good understanding of the theoretical basis of inferential statistics, in particular they will know which significance test to choose based on the sampling design. In addition, students understand how to implement and interpret regression analyses and have a deeper understanding of the implementation and interpretation of statistical models in the context of intercultural business psychology.</i></p> <p><i>Students are able to autonomously and correctly implement significance tests and regression analyses in SPSS or R and interpret results correctly.</i></p> <p>Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen der Inferenzstatistik und verstehen wie Tests statistischer Hypothesen für unterschiedliche Stichprobendesigns durchgeführt werden. Darüber hinaus können Studierende regressionsanalytische Modelle durchführen und haben ein tieferes Verständnis von der Anwendung statistischer Modelle im Kontext interkultureller wirtschaftspsychologischer Fragestellungen.</p> <p>Studierende können eigenständig und unter Zuhilfenahme einer Statistiksoftware (SPSS oder R) Hypothesentests und regressionsanalytische Modelle für unterschiedliche Stichproben durchführen und die Ergebnisse korrekt interpretieren.</p>
<b>Inhalte</b>	<p><b>Module objective</b> is a theoretical and applied introduction to inferential statistics, i.e. hypothesis testing of psychological differences in groups with the aim to generalize from the sample to the larger population.</p> <p>More precisely, the <b>lecture</b> will focus on the following topics: Significance testing and sample size, testing for differences between groups for related and unrelated designs and for different levels of measurement (metric, non-metric), regression analysis and problem of missing data.</p> <p>In the <b>tutorial</b> students will have the opportunity to apply the theoretical concepts studied in the lectures and use statistical software (SPSS or R) to solve exercises related to questions in psychology.</p> <p><b>Gegenstand</b> 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.</p> <p>Der Schwerpunkt der <b>Vorlesung</b> liegt auf Signifikanztests und Stichprobengröße, Prüfung von Unterschiedshypothesen für metrische und kategoriale Daten, sowohl für unabhängige als auch für abhängige Stichproben, lineare Regressionsanalyse und der Problematik der fehlenden Daten.</p> <p>In den <b>Übungen</b> werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS oder R) praktisch aufgearbeitet.</p>
<b>Literatur</b>	<p>Pflicht: Coolican, H. (2014): Research Methods and Statistics in Psychology, 6th edition, Psychology Press, East Sussex.</p> <p>Optional: Sedlmeier, P. und F. Renkewitz (2013): Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.</p>

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–
	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	SS

	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–
<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Klausur (90 Minuten)
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	<i>English / Deutsch</i>
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung



<b>Titel der LV</b>	<b>VWL 2 + RECHT</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	4
<b>Modulverantwortlich</b>	Christoph Harff	<b>ECTS</b>	8
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	240h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	<i>Globalization</i>	30h (2 SWS)	90h	<i>English</i>
S	<i>Fachsprachenorientierter Kurs: International Business and Economics (siehe Wahlpflicht)</i>	30h (2 SWS)	90h	<i>English</i>

<b>Lernergebnisse</b>	<i>Students are able to understand the history and causes of globalization. They are able to identify major economic and political trends and the role of trade and commodities in the process of globalization. Furthermore, they will have developed a broad understanding of commerce, its expansion and organization, and the changes in political and cultural relations between various communities. They understand the flows and circulation of people, ideas, commodities and capital across the globe and evaluate arguments scholars make about these phenomena. They have gained skills and knowledge to discuss the pros &amp; cons of globalization. Students are able to think analytically and make connections between various disciplines and specializations. They will have learnt to analyze complex phenomena from different perspectives and will have practiced research via case studies &amp; presentations.</i>
<b>Inhalte</b>	<p>The <b>module objective</b> is to examine the economic, political, social and cultural issues raised by deepening integration via globalization – its impact on living standards, jobs, inequality, poverty, and the environment – for citizens, societies, and nations.</p> <p>The <b>lecture</b> will focus on</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– The economics of globalization</li> <li>– Trends and developments in product markets, financial markets, and factor markets</li> <li>– Drivers of globalization: new economic regimes &amp; liberalization</li> <li>– Globalization on a business level: internationalization through trade, cross-border production, and the internationalization of research and development</li> <li>– Current debates on globalization</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Ferguson, N. (2004). <i>Empire: The Rise and Demise of the British World Order and the Lessons for Global Power.</i></p> <p>Krugman, P.(December 29 2007). "The Trouble with Trade" <i>New York Times.</i></p> <p>The Economist (Oct 13, 2012). <i>History: As You Were.</i> <a href="http://www.economist.com/node/21564413?zid=293&amp;ah=e50f636873b42369614615ba3c16df4a">http://www.economist.com/node/21564413?zid=293&amp;ah=e50f636873b42369614615ba3c16df4a</a></p> <p>The Economist (Sept 18, 2008). <i>A bigger world. A Special Report on Globalisation</i></p> <p>Stiglitz, J.E. (2007). <i>Making Globalization Work.</i> New York: W. W. Norton.</p> <p>Wolf, M. (2006). <i>Why Globalization Works,</i> Yale: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<p>Englisch GER B1+: <i>English for Investment and Finance</i> intermediate (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER B2 und B2+: <i>English for Investment and Finance</i> upper intermediate (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER C1: <i>English for Investment and Finance</i> advance (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER C1: optional Spanisch (siehe Wahlpflicht)</p>
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–

	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	SS
	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–
<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Case Study Debate
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	Deutsch
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung

<b>Titel der LV</b>	<b>SOFT SKILLS 4</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	4
<b>Modulverantwortlich</b>	Birgit Kleymann	<b>ECTS</b>	5
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	150h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	<i>History of Business</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>
S	<i>History of Business</i>	30h (2 SWS)	30h	<i>English</i>

<b>Lernergebnisse</b>	<p><i>At the end of the course, students should have acquired the following competencies:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Understanding of historical processes</i></li> <li>– <i>Understanding of the interplay of technologies and social change</i></li> <li>– <i>Capability of differentiating between alternative approaches to economic processes and business organisation</i></li> <li>– <i>Understanding of, and ability to critically discuss, key ethical questions underlying processes of industrialisation and globalisation</i></li> </ul> <p>Die Studierenden haben sich geschichtliche Zusammenhänge sowie ein Verständnis für die der Globalisierung zugrundeliegenden Prozesse angeeignet. Sie können verschiedene Ansätze zur Organisation von industrialisierten Gesellschaften differenzieren und haben grundlegendes Wissen über ethische Fragen der Wirtschaft. Die Studierenden üben das analytische Denken und das Präsentieren von komplexen Zusammenhängen. Diese Veranstaltung soll besonders das Denken in Prozessen und Alternativen fördern. Besonderer Wert wird auf die Vermittlung von Bewusstsein ethischer Implikationen unternehmerischen Handelns gelegt. Zudem werden die Studierenden zu kritischem Hinterfragen von Zusammenhängen ermutigt.</p>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Introduction: On the importance of understanding the past in order to shape the future</li> <li>– Central themes: Markets, Technologies, Entrepreneurs, Cultures</li> <li>– The pre-industrial times</li> <li>– The first industrial revolution – the case of Great Britain</li> <li>– Technologies, society, and the factory system</li> <li>– the second industrial revolution: The development of transport systems and the advent of managerialism</li> <li>– Processes of industrialisation in the US, Germany, Great Britain, France, Russia, Japan, and Italy</li> <li>– The inter-war period and the development of new organisational forms. Case studies of General Motors (US) and IG Farben/ICI (Europe)</li> <li>– Cartels, capital markets and the class society</li> <li>– Japan: a very special case</li> <li>– Post WW2: Technologies and the third industrial revolution</li> <li>– the 1970s to 2000: The United States as hegemon, the USSR as antagonist, Japan as an exception and Europe as hybrid</li> <li>– Different strategies for „catching up“: South Korea and Argentina</li> <li>– Globalisation and the Multinational Firm</li> <li>– Post 2000: A look at Europe, Japan, China, India</li> <li>– Brave New World? New forms of organisation: fashions, fads and experiments</li> <li>– A look into the future. Can we learn from the past?</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einführung: Warum das Verständnis von Geschichte wichtig für heutiges Handeln ist</li> <li>– Worum es geht: Märkte, Technologien, Unternehmer, Kulturen</li> <li>– Vorindustrielle Zeit</li> <li>– Die erste industrielle Revolution am Beispiel Großbritannien</li> <li>– Technologien, Gesellschaft, und Fabriken</li> <li>– Die zweite industrielle Revolution: Transportsysteme, Managerialisierung.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Industrialisierung in den USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Russland, Japan, Italien</li> <li>– Die Zeit zwischen den Weltkriegen und die Entwicklung neuer Organisationsformen in den USA am Beispiel General Motors und in Europa am Beispiel IG Farben und ICI</li> <li>– Kartelle, Kapitalmärkte und die Klasesgesellschaft</li> <li>– Der japanische Sonderweg</li> <li>– Vom zweiten Weltkrieg zur dritten industriellen Revolution: Die Rolle von Technologien</li> <li>– Die USA als Hegemon, die UdSSR als Antagonist, Japan als Ausnahme und Europa als Mischform</li> <li>– Aufholstrategien von Schwellenländern. Beispiele Argentinien und Südkorea</li> <li>– Globalisierung und Multinationale Unternehmen</li> <li>– Neue Organisationsformen</li> <li>– Nach 2000: Fallstudien Europa, Japan, China, Indien</li> <li>– Ausblick</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p>Amatori, F. &amp; 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 Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–
	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	SS
	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–

<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Essay
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	<i>English</i>
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	1-fache Gewichtung

## PRAXIS-/AUSLANDSSEMESTER

<b>Titel der LV</b>	<b>PRAXIS-/AUSLANDSSEMESTER</b>		
<b>Modulkürzel</b>		<b>SWS</b>	–
<b>Modulverantwortlich</b>		<b>ECTS</b>	30
<b>Teilnehmerzahl max.</b>	–	<b>Zeit gesamt</b>	900h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
Praktikum	Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum	10h	890h	–

<b>Lernergebnisse</b>	<p>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 bilden sie praktisch-psychologische und interkulturelle (Handlungs-) Kompetenzen aus und entwickeln sie weiter sowie auch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sprachliche Kompetenzen</li> <li>- Methodisches Vorgehen im jeweiligen Berufsfeld</li> <li>- Planungs- und Organisationskompetenz</li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<p>Das Praktikum findet im Ausland oder als auslandsorientiertes Praktikum im Inland in einem selbst gewählten Praxisfeld der Wirtschaftspsychologie (Arbeits- und Organisationspsychologie, Markt- und Konsumentenpsychologie, Ökonomische Psychologie) statt.</p> <p>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, Bundeswehr, Behörde, Arbeitsagentur), in Medienunternehmen oder als freier Trainer.</p>
<b>Didaktisches Konzept</b>	–
<b>Literatur</b>	–

<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	–
	<b>Empfohlene Ergänzungen</b>	–
	<b>Häufigkeit des Angebots</b>	WS
	<b>Dauer</b>	1 Semester
	<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	–

<b>Modulprüfung</b>	<b>Formen</b>	Praktikumsbericht
	<b>Voraussetzungen für CP-Vergabe</b>	Bestandene Modulprüfung
	<b>Sprache</b>	Deutsch
	<b>Gewichtung der Modulnote</b>	10/210 der Gesamtnote (1/3 Gewichtung)