



MODULHANDBUCH

1. September 2016 bis 31. August 2017

Bachelorstudiengang

INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE (B. SC.)

Gültig in Verbindung mit der Fachprüfungsordnung vom 27. Juni 2016

INHALT

ALLGEMEINES	4
Abkürzungen.....	5
Studienziele.....	5
Übersicht über Module und LP in IWP.....	5
Modulplan.....	6
Didaktische Konzepte.....	6
Notenberechnung.....	7
Berufliche Tätigkeitsfelder.....	7
Lehrende im WS 16/17 und SS 17.....	8
Pflichtmodule	9
ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE I.....	10
SOZIALPSYCHOLOGIE.....	11
EINFÜHRUNG IN DIE INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE.....	13
STATISTIK 1.....	15
GRUNDLAGEN BWL.....	17
ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE 2.....	19
ENTWICKLUNGSPSYCHOLOGIE.....	20
DIFFERENTIELLE UND PERSÖNLICHKEITSPSYCHOLOGIE.....	22
STATISTIK 2.....	23
FINANZIERUNG.....	25
BIOLOGISCHE PSYCHOLOGIE.....	27
ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE.....	28
ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE.....	29
THEORIEN INTERKULTURELLEN HANDELNS.....	31
MARKETING.....	32
MARKT- UND KONSUMENTENSPSYCHOLOGIE.....	34
GRUNDLAGEN DIAGNOSTIK.....	35
TESTKONSTRUKTION / DIAGNOSTISCHE VERFAHREN.....	36
WIRTSCHAFTSBEZOGENE KULTURGESCHICHTE.....	37
GLOBALISIERUNG.....	39
Wahlpflichtveranstaltungen	41
ENGLISCH FOR STUDY.....	42
ENGLISCH FOR MANAGEMENT (INTERMEDIATE).....	43
ENGLISCH FOR MANAGEMENT (UPPER INTERMEDIATE).....	44
ENGLISCH FOR MANAGEMENT (ADVANCE).....	44
ENGLISCH FOR INVESTMENT + FINANCE (INTERMEDIATE).....	46

ENGLISCH FOR INVESTMENT + FINANCE (UPPER INTERMEDIATE)	47
ENGLISCH FOR INVESTMENT + FINANCE (ADVANCE)	48
ENGLISCH FOR MARKETING (INTERMEDIATE)	49
ENGLISCH FOR MARKETING (UPPER INTERMEDIATE)	50
ENGLISCH FOR MARKETING (ADVANCE)	51
ENGLISCH FOR INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS (INTERMEDIATE)	52
ENGLISCH FOR INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS (UPPER INTERMEDIATE)	53
ENGLISCH FOR INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS (ADVANCE)	54
SPANISCH A1	55
SPANISCH A1+	57
SPANISCH A2	58
SPANISCH A2+	60
SPANISCH B1	62
SPANISCH B1+	63
Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum.....	64
AUSLANDSPRAKTIKUM / AUSLANDSORIENTIERTES PRAKTIKUM	65

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

Studienziele

- (1) Das Bachelorstudium in dem Studiengang „Interkulturelle Wirtschaftspsychologie“ vermittelt den Studierenden unter Berücksichtigung der Anforderungen und Veränderungen in der Berufswelt die erforderlichen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen in den psychologischen Grundlagen und ihrer wirtschaftspsychologischen Anwendung, in dem Bereich der Wirtschaft, der Methodenlehre und der interkulturellen Kommunikation.
- (2) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt menschliches Erleben und Verhalten in Wirtschaftskontexten zu erfassen. Sie haben darüber hinaus Kompetenzen erworben, um wissenschaftlich zu arbeiten und zu kommunizieren sowie wissenschaftliche Erkenntnisse kritisch einzuordnen. Sie besitzen insbesondere interkulturelle Schlüsselkompetenzen durch die Auseinandersetzung mit Menschen, Organisationen und Märkten anderskultureller Prägung.
- (3) Interkulturelle Wirtschaftspsychologie versteht sich als ein international ausgerichteter Studiengang mit fremdsprachigen Lehrangeboten, internationalen Gastprofessuren und einem Auslandspraxissemester bzw. auslandsorientierten Praxissemester.
- (4) Die Bachelorprüfung beendet die Berufsqualifizierung in dem Bachelorstudiengang an der Hochschule Hamm-Lippstadt.

Übersicht über Module und LP in IWP

- (1) **Pflichtbereich** mit 174 LP und Modulprüfungen in den Modulen:

a)	Allgemeine Psychologie 1	6 LP
b)	Sozialpsychologie	6 LP
c)	Einführung Interkulturelle Wirtschaftspsychologie	6 LP
d)	Statistik 1	6 LP
e)	Grundlagen BWL	6 LP
f)	Allgemeine Psychologie 2	6 LP
g)	Entwicklungspsychologie	6 LP
h)	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie	6 LP
i)	Statistik 2	6 LP
j)	Finanzierung	6 LP
k)	Arbeits- und Organisationspsychologie (A+O)	6 LP
l)	Biologische Psychologie	6 LP
m)	Ökonomische Psychologie (OP)	6 LP
n)	Theorien interkulturellen Handelns	6 LP
o)	Marketing	6 LP
p)	Markt- und Konsumentenpsychologie (MP)	6 LP
q)	Grundlagen Diagnostik	6 LP
r)	Testkonstruktion / Diagnostische Verfahren	6 LP
s)	Wirtschaftsbezogene Kulturgeschichte	6 LP
t)	Globalisierung	6 LP
u)	Auslandspraktikum / Auslandsorientiertes Praktikum	30 LP
v)	Klinische Psychologie	6 LP
w)	Experimentalpraktikum	6 LP
x)	Bachelorarbeit	12 LP

(2) **Schwerpunktbereich** im Umfang von 36 LP. Die Studierenden wählen im sechsten Semester einen von drei Schwerpunkten aus Schwerpunkt 1 und im siebten Semester einen von drei Schwerpunkten aus Schwerpunkt 2.

6. Semester	Schwerpunkt 1: Arbeits- und Organisationspsychologie	18 LP
	– Submodul Methoden	
	– Submodul Soft Skills	
	Schwerpunkt 1: Markt- und Konsumentenpsychologie	18 LP
	– Submodul Methoden	
	– Submodul Soft Skills	
	Schwerpunkt 1: Ökonomische Psychologie	18 LP
	– Submodul Methoden	
	– Submodul Soft Skills	
7. Semester	Schwerpunkt 2: Arbeits- und Organisationspsychologie	18 LP
	– Submodul Methoden	
	– Submodul Soft Skills	
	Schwerpunkt 2: Markt- und Konsumentenpsychologie	18 LP
	– Submodul Methoden	
	– Submodul Soft Skills	
	Schwerpunkt 2: Ökonomische Psychologie	18 LP
	– Submodul Methoden	
	– Submodul Soft Skills	

Modulplan



Didaktische Konzepte

Vorlesung: Interaktiver Unterricht mit Powerpoint und Beamer, Whiteboard, Etherpad, Moderations- sowie Klein- oder Großgruppenmethoden.

Seminar: Diskursorientierter Unterricht mit Whiteboard, Metaplan- Wand, Flipchart, Referaten, Experimenten, Videosequenzen, Kleingruppenarbeit oder Moderationsmethode.

- Übung:** Interaktiver Übungsunterricht durch gezielte Einbindung der Studierenden zur Erörterung von applikativen Beispielaufgaben sowie ergänzende Diskussion des wirtschaftspsychologischen Anwendungsbezugs.
- Kleingruppe:** Übungsgruppen, die begleitend zu einer Vorlesung oder zu einem Seminar angeboten werden und die Möglichkeit geben, das Gehörte in Kleingruppen anzuwenden und einzuüben.
- Tutorium:** Durch Studierende höherer Semester angeleitete Veranstaltung zur Vertiefung der Vorlesungsinhalte, für die die Tutorinnen eine einführende Schulung erhalten und während des Semesters begleitet werden.
- Selbststudium:** 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.

Berufliche Tätigkeitsfelder

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

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

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

Arbeit- und Organisationspsychologie

- Arbeits- und OrganisationspsychologIn
- PersonalentwicklerIn
- PersonalreferentIn
- Recruiter
- Trainer oder Coach

Markt- und Konsumentenpsychologie

- WerbepsychologIn
- MarktforscherIn
- MeinungsforscherIn
- KommunikationsmanagerIn

Ökonomische Psychologie

- Finanz- und BörsenpsychologIn
- WirtschaftsforscherIn

Lehrende im WS 16/17 und SS 17

Claudia Ang-Stein	Professorin für Interkulturelle Wirtschaftspsychologie, Studiengangsleitung
Hilda Caballero Barbosa	Lehrbeauftragte Spanisch
Constanze Beierlein	Professorin für Kulturvergleichende Sozialpsychologie
Claudia Ekwuazi	Lehrkraft für besondere Aufgaben
Christoph Harff	Lehrbeauftragter für Ökonomische Psychologie
Holger Krakowski-Roosen	Professor für Angewandte Sportwissenschaften
Birgit Kleymann	Professorin für Internationale Betriebswirtschaftslehre
Lisa Nowak	Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Kim Simon	Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Wolfgang Schriek	Lehrbeauftragter English for Study
Youlia Spivak	Professorin für Arbeits- und Organisationspsychologie
Anke Weber	Professorin für Interkulturelle Forschungsmethoden und Statistik

PFLICHTMODULE

Titel der LV	ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE I		
Modulkürzel	...	SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Allgemeine Psychologie I	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Vertiefung Allgemeine Psychologie I	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	<p>Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis für die Art der Modellbildung und der experimentellen Prüfung der Modelle im Bereich der Kognitiven Psychologie erworben. Sie können kognitive Phänomene der Handlungssteuerung auf dem Hintergrund kognitionspsychologischer und neurowissenschaftlicher Theorien erklären und experimentelle Überprüfungsprozeduren anwenden.</p> <p>Die Lernenden übertragen die erworbenen fachlichen und methodischen Kenntnisse auf ausgewählte angewandte Fragestellungen.</p>
Inhalte	<p>Gegenstand der Allgemeinen Psychologie 1 sind die Schwerpunkte Wahrnehmung, Kognition und Sprache.</p> <p>Die Vorlesung führt in die wichtigsten Basiskonzepte einer kognitionspsychologischen und neurowissenschaftlichen Erklärung der kognitiven Aspekte der Handlungssteuerung ein. Behandelt werden insbesondere die Grundlagen von Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Gedächtnis, Sprache, Denken und Motorik.</p> <p>In dem Seminar werden diese Grundlagen anhand ausgewählter experimenteller Studien vertieft diskutiert.</p>
Literatur	<p>Sperring, M. & Schmidt, T. (2012). Allgemeine Psychologie 1 KOMPAKT. Weinheim: Beltz.</p> <p>Hagendorf H. & Krummenacher, J. (2011). Allgemeine Psychologie für Bachelor: Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. Berlin, Heidelberg: Springer.</p> <p>Betsch, T. & Funke, J. (2010). Allgemeine Psychologie für Bachelor: Denken - Urteilen, Entscheiden, Problemlösen. Berlin, Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) LN Referat / Bericht / Portfolio / Hausarbeit
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	SOZIALPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Constanze Beierlein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Sozialpsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch / <i>English</i>
S	Vertiefung Sozialpsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	<p>Die Lernenden besitzen ein grundlegendes Verständnis der Inhalte und Vorgehensweisen der Sozialpsychologie. Sie können Erfahrungen und Beobachtungen vor dem Hintergrund sozialpsychologischer Theorien und Methoden systematisch einordnen und reflektieren. Neben einer genauen Beschreibung und theoretischen Erklärung von Phänomenen sind sie in der Lage, Vorhersagen abzuleiten und eine experimentelle Theorieüberprüfung durchzuführen. Zudem vermögen sie die erworbenen fachlichen und methodischen Kenntnisse auch auf angewandte Fragestellungen zu übertragen.</p> <p>Die Studierenden besitzen die Kompetenz, wissenschaftliche Texte (auch englischsprachige Original-Artikel) zu verstehen, zu interpretieren und kritisch zu reflektieren. Sie sind dazu in der Lage, wissenschaftliche Thesen und Sachverhalte vor einem theoretischen Hintergrund einzuordnen, zu diskutieren und anschaulich zu präsentieren.</p> <p><i>The student will have acquired a fundamental understanding of the subject matter and procedures of Social psychology. They are able to systematically classify and deliberate on experiences and observations in relation to a background of social psychological theories and methods. They are able to precisely describe and theoretically elucidate phenomena, also to derive predictions and effect an experimental theory-verification. They will possess the expertise and methodological ability to convey their knowledge to applied issues.</i></p> <p><i>The student will show an alethic understanding of scientific articles (including the original English language version), to interpret and critically reflect upon them. They are able to classify scientific theses and subjects in a theoretical context, discuss these and to create an eidetic presentation.</i></p>
Inhalte	<p>Gegenstand der Sozialpsychologie ist das Erleben und Verhalten von Individuen im sozialen bzw. soziokulturellen Kontext, sowie das Erleben und Verhalten von Gruppen.</p> <p>Die Vorlesung führt in die Schlüsselbegriffe, Arbeitsweisen und Fragestellungen der Sozialpsychologie ein. Klassische und aktuelle Theorien, sowie wichtige empirische Befunde und deren wissenschaftstheoretische Grundlagen werden dargestellt.</p> <p>In dem Seminar werden Themen aus ausgewählten Forschungsbereichen (z. B. Selbstkonzept, soziale Kognition, Vorurteile, soziale Ausgrenzung, Gruppenprozesse) und/oder Anwendungsgebieten vertieft behandelt (z. B. Zivilcourage, Politische Psychologie, People Management, Human Capital Management, Akzeptanz von Reformen), wobei besonders Querbezüge zu wirtschaftspsychologischen Bereichen aufgezeigt werden.</p> <p>Module objective: The subject of Social psychology is the behaviour and experience of individuals in a social or social-cultural context and the behaviour and experience of groups.</p> <p>Lecture: Introduce the key concepts, procedures and issues of social psychology. Classic and current theories ,empirical findings and their epistemological principles are explained</p> <p>Tutorial: Themes from selected fields of research (i.e. Self concept, social cognition, prejudices, social ostracism, group processes) and/or intensive coverage of fields of application (i.e. civil courage, political psychology, people management, human capital management, reform acceptance) Special attention to cross referencing to areas of commercial psychology will be paid.</p>
Literatur	<p>Aronson, E. (2014). Sozialpsychologie. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
--------------------------	---------------------------------	---

	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) LN Referat / Bericht / Portfolio / Hausarbeit
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	EINFÜHRUNG IN DIE INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	6
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Einführung ins Studium der IWP	30h (2 SWS)	30h	Deutsch
VL	Einführung in die Forschungsmethoden	30h (2 SWS)	30h	Deutsch
T	Tutorium zur Einführung IWP	30h (2 SWS)	30h	Deutsch

Lernergebnisse	<p>Die Studierenden kennen die Anforderungen und Inhalte des Studiums, können eigene Erwartungen an das Studium und persönliche Interessenschwerpunkte artikulieren und gezielt verfolgen. Sie besitzen grundlegende Kenntnisse der Psychologie, speziell der Wirtschaftspsychologie, ihrer zentralen Gegenstände und Themen und ihrer Forschungsmethoden.</p> <p>Sie lernen die Grundlagen des Forschungsprozesses kennen unter Einbezug wissenschaftlicher Arbeitstechniken sowie die Unterschiede zwischen qualitativer und quantitativer Herangehensweise. Sie erlangen Kenntnisse und erste Fähigkeiten in der Erstellung und Präsentation wissenschaftlicher Arbeiten, indem ein eigenes kleines Forschungsprojekt geplant, durchgeführt und die gewonnenen Daten mit grundlegenden Methoden ausgewertet werden.</p>
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls sind drei sich ergänzende Lehrveranstaltungen, die mit verschiedenen inhaltlichen Schwerpunkten in die Modalitäten des Studiums IWP einführen und gemeinsam einen Überblick über die (Teil-)Disziplin der (Wirtschafts-) Psychologie sowie ihrer Forschungsmethoden vermitteln.</p> <p>In der Vorlesung „Einführung in Interkulturelle Wirtschaftspsychologie“ erhalten die Studierenden einen Überblick über den Studienablauf, die Studien- und Prüfungsordnung, die universitären Strukturen, Gremien und die Vertretung der Studierenden sowie über Fragestellungen, Grundbegriffe und Teildisziplinen der Psychologie, informiert über Hauptströmungen und ihre historischen Wurzeln. Weiter gewinnen sie einen ersten Einblick in die praktische wirtschaftspsychologische Tätigkeit in verschiedenen Berufsfeldern.</p> <p>Die Vorlesung „Einführung in die Forschungsmethoden“ liefert eine Einführung in das Spektrum psychologischer Forschungsmethoden mit ihren wissenschaftstheoretische Implikationen und in ihren ideengeschichtlichen Zusammenhängen. Es werden theoretische Grundlagen vermittelt, um eine wissenschaftliche Untersuchung zu konzipieren, durchzuführen, auszuwerten und angemessen interpretieren zu können.</p> <p>Im Tutorium werden die für das Studium notwendigen Lern- und Arbeitstechniken praktisch angewendet. Es wird eine Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, bezogen auf die Literaturrecherche, das wissenschaftliche Zitieren sowie das Arbeiten mit psychologischen Datenbanken geben. Zur Vertiefung wird semesterbegleitend ein eigenes qualitatives Forschungsprojekt in einem Themenbereich der IWP geplant und durchgeführt.</p>
Literatur	<p>Hussy, W. & Schreier, M. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Berlin u.a.: Springer.</p> <p>Bischof, N. (2014). Psychologie: Ein Grundkurs für Anspruchsvolle. Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester

	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (45 Min.), 1/3 gewichtet Projektarbeit, 2/3 gewichtet
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Alle Prüfungen müssen mit „bestanden“ abgeschlossen werden.
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	STATISTIK 1		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Statistik 1	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch
Ü	Übung zu Statistik 1	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch

Lernergebnisse	<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>
Inhalte	<p>Module objective 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 lecture 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 Tutorial 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>Gegenstand 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 Vorlesung 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 Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS, R) praktisch aufgearbeitet. Schwerpunkt der Übungsaufgaben sind interkulturelle Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie.</p>
Literatur	<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>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	Vorkurs Statistics
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester

	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English/ Deutsch</i>
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	GRUNDLAGEN BWL		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen der Unternehmensführung und des Strategischen Managements	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	<i>English for Management (siehe Wahlpflicht)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	Studierende verstehen die deutschen und englischen Grundbegriffe der BWL und erwerben ein grundlegendes Wissen über die Funktionsweisen von Unternehmen sowie die strategische Unternehmensführung. Sie entwickeln ein Verständnis für die Strategiefindung und Umsetzungsprozesse der Unternehmensführung und für Aspekte der Internationalisierung von Unternehmen. Zudem erwerben sie grundlegendes Wissen über ethische Fragen und Corporate Governance.
Inhalte	<p>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.</p> <p>Inhalte der Vorlesung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einführung: Das Unternehmen, seine Funktionen und Strukturen – Was ist Strategie? – Strategische Positionierung: Umfeld; Fähigkeiten; Zielsetzung des Unternehmens – Die Rolle der Unternehmenskultur – Zielsetzung; Interessensgruppen; Corporate Governance – Strategische Wahlmöglichkeiten: Geschäftsbereichsebene – Strategische Wahlmöglichkeiten: Unternehmensebene – Innovation und Entrepreneurship – Formen der Unternehmenskooperation: Allianzen und Joint Ventures – Fusionen – Ethische Fragen in der Unternehmensführung
Literatur	<p>Johnson, G.; Whittington, R.; Scholes, K.; Angwin, D., & Regné, P. (2015). <i>Strategisches Management - Eine Einführung</i> (10. Auflage). Hallbergmoss: Pearson.</p> <p>Optional: Straub, T. (2011). <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. Hallbergmoss: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	<p>Englisch GER A2 bis B1: <i>English for Study</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER B1+: <i>English for Management intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER B2 und B2+: <i>English for Management upper intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER C1: <i>English for Management advance</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Spanisch A1</p> <p>Spanisch A2</p> <p>Spanisch B1</p>
--------------------------	---------------------------------	---

	Empfohlene Ergänzungen	
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Businessplan Mündliche Prüfung
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch / <i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	ALLGEMEINE PSYCHOLOGIE 2		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Allgemeine Psychologie 2	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Vertiefung Allgemeine Psychologie 2	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	<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>
Inhalte	<p>Gegenstand der Allgemeine Psychologie 2 sind die Schwerpunkte Emotion, Motivation und Lernen.</p> <p>Die Vorlesung 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.</p> <p>Das Seminar vertieft Themen der Vorlesung anhand aktueller empirischer Befunde.</p>
Literatur	<p>Myers, D.G. (2014). Psychologie. Berlin u.a.: Springer.</p> <p>Müsseler, J. (Hrsg.)(2015). Allgemeine Psychologie (2. Aufl.). Heidelberg: Spektrum.</p> <p>Goldstein, B. E. (2014). Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs. Berlin: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

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

Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) LN Referat / Poster / Bericht / Portfolio
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	ENTWICKLUNGSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Entwicklungspsychologie	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch
S	Vertiefung Entwicklungspsychologie	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch

Lernergebnisse	<p><i>Students will have a good understanding of the theoretical basis of normal and pathological human development.</i></p> <p><i>In addition, students are able to work with primarily sources of research literature in the area of normal and pathological human development. They have learned to discuss the research findings and are able to connect them to the main developmental theories.</i></p> <p>Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis der psychischen Entwicklung im Varianzbereich des Normalen sowie über Grundkenntnisse abweichender und pathologischer Entwicklungsverläufe.</p> <p>Zudem sind sie in der Lage, selbstständig empirische Forschungsliteratur im Bereich normaler und pathologischer Entwicklung zu rezipieren und im Kontext wissenschaftlicher Entwicklungspsychologie einzuordnen.</p>
Inhalte	<p>Module objective is to learn about basic concepts, theories and research studies in developmental psychology especially in the area of cognitive, social and emotional development over the life span.</p> <p>The lecture will focus on the methods, theories, approaches and different perspectives of researchers in the field of cognitive and social-emotional development. The practical applications will be discussed.</p> <p>In the tutorial students will have the opportunity to present and discuss some selected central theories and research findings relating to social-emotional and cognitive development in more detail and depth.</p> <p>Gegenstand der Entwicklungspsychologie sind die nachhaltigen Veränderungen im Erleben und Verhalten des Menschen über die gesamte Lebensspanne. Die Lernenden erhalten einen umfassenden Überblick über Theorien, Forschungsmethoden und -befunde zur kognitiven, sozialen und emotionalen Entwicklung in Kindheit und Jugendalter sowie im Erwachsenenalter und Alter.</p> <p>Die Vorlesung gibt eine Einführung in begriffliche und methodische Grundlagen der Entwicklungspsychologie, Theorien der kognitiven und der sozialen Entwicklung sowie ausgewählte Forschungsbefunde und Bezüge zur Anwendungspraxis.</p> <p>Im Seminar wird ein repräsentativer Querschnitt der Themengebiete der Vorlesung anhand aktueller Forschungsliteratur vertieft.</p>
Literatur	<p>Berk, L. (2014). Entwicklungspsychologie. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) LN Referat / Poster / Bericht / Portfolio
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	DIFFERENTIELLE UND PERSÖNLICHKEITSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Diff. und Pers.Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Vertiefung Diff. und Pers.Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	<p>Die Lernenden haben einen Überblick über Gegenstand, Fragestellungen und Vorgehensweisen der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie.</p> <p>Sie kennen Arbeitstechniken zur Recherche und Auswertung wissenschaftlicher (auch englischsprachiger) Literatur, können wissenschaftliche Thesen und Sachverhalte präsentieren und diskutieren. Sie sind in der Lage, die Beiträge unterschiedlicher theoretischer Ansätze zur Beschreibung, Erklärung und Veränderung menschlicher Persönlichkeit im Kontext ihrer Entwicklungsbedingungen zu reflektieren und können theoretische Modelle auf konkrete Fragestellungen übertragen.</p>
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.</p> <p>Die Vorlesung gibt einen Überblick über zentrale Konzepte, Fragestellungen und Methoden der Differentiellen Psychologie und Persönlichkeitspsychologie und 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.</p> <p>Im Seminar steht der Anwendungsbezug im Vordergrund. Es werden ausgewählte Themen vertiefend behandelt (z. B. interindividuelle Unterschiede in Motivation, Emotion und Handlung; Persönlichkeit und soziales Verhalten; Persönlichkeit und psychische Störungen).</p>
Literatur	<p>Maltby, J. (2014). Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) LN Referat / Poster / Bericht / Portfolio
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	STATISTIK 2		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Anke Weber	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Statistik II	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch
Ü	Übung zu Statistik II	30h (2 SWS)	60h	English / Deutsch

Lernergebnisse	<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>
Inhalte	<p>Module objective 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 lecture 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 tutorial 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>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.</p> <p>Der Schwerpunkt der Vorlesung 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 Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS oder R) praktisch aufgearbeitet.</p>
Literatur	<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>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS

	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English / Deutsch</i>
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	FINANZIERUNG		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Investition und Finanzierung	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	<i>English for Investment and Finance (siehe Wahlpflicht)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Zusammenhänge der Finanzierungs- und Investitionstheorie und können die Aufgaben im Finanzmanagement eines Unternehmens erklären. Sie haben Fähigkeiten und Fertigkeiten erlernt, um über die Beschaffung, Umschichtung und Verwendung finanzieller Mittel im Unternehmen zu entscheiden - auch im intertemporalen Kontext. Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis zu Finanzmärkten, ihren Akteuren und Kapitalmarkttheorien erworben und können diese auf die Bewertung von Finanztiteln anwenden. Sie können selbstständig Fallstudien recherchieren und üben analytische Denken und Herstellen von Verbindungen verschiedener Disziplinen bzw. Fachrichtungen.
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft. Dazu gehören insbesondere Methoden der Investitionsrechnung, die Grundlagen der Investitionstheorie, Ansätze zur Bewertung unter Risiko und die Grundlagen der Unternehmensfinanzierung.</p> <p>Die Vorlesung gibt eine Einführung in finanzwirtschaftliche Entscheidungen, Zielsetzungen, Agency Probleme und Corporate Governance, den Zeitwert des Geldes (Barwerte und Endwerte), Kapitalwert- und Endwertkriterium, Alternative Entscheidungskriterien und Auswahlentscheidungen, Bewertung von Anleihen und Aktien, Kapitalkosten und Bewertung unter Sicherheit & Risiko, Zahlungsstrom- und Risikoteilung, Risikotransformation und Systematisierung der Finanzmärkte.</p>
Literatur	<p>Brealey, R. & Myers, S. C. & Allen, F. (2013). Principles of Corporate Finance, Boston, Mass. [u.a.]: McGraw-Hill.</p> <p>Franke, G. & Hax, H. (2009). Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Berlin, Heidelberg: Springer.</p> <p>Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	<p>Englisch GER B1+: <i>English for Investment and Finance intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER B2 und B2+: <i>English for Investment and Finance upper intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER C1: <i>English for Investment and Finance advance</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Spanisch A1+</p> <p>Spanisch A2+</p> <p>Spanisch B1+</p>
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester

	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Zwischentests / Fallstudien Klausur (90 Min)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	3/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)

Titel der LV	BIOLOGISCHE PSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Biologische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Vertiefung Biologische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	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.
Inhalte	<p>Gegenstand der Biologischen Psychologie sind die physiologischen und insbesondere die neurobiologischen Grundlagen des Verhaltens und Erlebens zum Gegenstand hat.</p> <p>Die Vorlesung 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.</p> <p>Als Vertiefung im Seminar können z.B. Sexualität und Fortpflanzung, homöostatische Prozesse, biologische Rhythmen und Schlaf, Emotionen, Gedächtnis, Lernen und Sprache behandelt.</p>
Literatur	<p>Güntürkün, O. (2012). Biologische Psychologie. Göttingen:Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Youlia Spivak	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Schwerpunkte der Arbeits- und Organisationspsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	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.
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, Arbeitszeitgestaltung und Arbeitssicherheit sowie Führung und Motivation, Berufswahl und berufliche Entwicklung, Teamarbeit, Arbeitsleistung, Leistungsbeurteilung, Organisationsdiagnose und Organisationsentwicklung.</p> <p>Im Seminar werden vertiefend Instrumente und Verfahren behandelt.</p>
Literatur	<p>Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G., Schaper, N. (2014) Arbeits- und Organisationspsychologie (3. Aufl.). Berlin: Springer.</p> <p>Schreyögg, G., Geiger, D. (2015). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Schuler, H. & Kanning, U. P. (2014) Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	ÖKONOMISCHE PSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ang-Stein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Ökonomische Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Schwerpunkte der Ökonomischen Psychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	<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 Handelns 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).</p> <p>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>
Inhalte	<p>Gegenstand der Ökonomische Psychologie 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</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einordnung & Abgrenzung der Ökonomischen Psychologie – Problematik rationalen Verhaltens („Homo Oeconomicus“) – (Makroökonomische) Märkte – Psychologie der Arbeitsmärkte – Psychologie der Finanzmärkte – Psychologie von Geld & Inflation – Psychologie der Besteuerung <p>In dem Seminar werden Themen der Vorlesung anhand aktueller empirischer Befunde vertieft.</p>
Literatur	<p>Wiswede, G. (2012). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. Stuttgart: UTB.</p> <p>Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Bofinger, P. (2015). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. Hallbergmoss: Pearson.</p> <p>Bofinger, P.; Meyer, E. (2015). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Das Übungsbuch. Hallbergmoss: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	THEORIEN INTERKULTURELLEN HANDELNS		
Modulkürzel	...	SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

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

Lernergebnisse	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.
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls sind Theorien der kulturvergleichenden Kommunikationsforschung und interkulturellen Psychologie.</p> <p>Die Vorlesung 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 Seminar werden Themen aus ausgewählten Forschungsbereichen und/oder Anwendungsgebieten vertieft behandelt, wobei besonders Querbezüge zu wirtschaftspsychologischen Bereichen aufgezeigt werden.</p>
Literatur	<p>Bolten, J.(2015). Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Stuttgart: utb.</p> <p>Haas. H. (2009). Das interkulturelle Paradigma. Passau: Karl Stutz.</p> <p>Berry, J.W. Poortinga, Y.H. (2011). Cross-cultural psychology. Research and applications. Cambridge: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten) LN Referat / Bericht / Portfolio / Hausarbeit TN Interkulturelles TRaining
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	MARKETING		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Claudia Ekwuazi	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Marketing	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	<i>English for Marketing (siehe Wahlpflicht)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	Die Studierenden besitzen einen grundlegenden Überblick über marketingrelevante Frage- und Aufgabenstellungen. Sie können für die Lösung typischer Marketingfragestellungen geeignete Konzepte und Methoden auswählen und anwenden (z.B. Dienstleistungen, B2C, B2B, und internationale Märkte). Sie haben ein Verständnis für kausale Zusammenhänge und können Probleme quantitativ lösen, wenn hierfür entsprechende Datengrundlagen vorliegen. Die Studierenden sind sich kultureller Unterschiede und Besonderheiten bewusst und verstehen deren Einflüsse auf betriebliche Prozesse und das Marketing. Durch die Lösung und Präsentation einer Team-Case Study, verbessern sie ihre analytischen Fähigkeiten und vertiefen die strategischen und institutionellen Perspektiven, sowie Ihre Präsentations- und Teamworkkompetenz.
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls sind operative und strategische Konzepte der Ausrichtung des Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes.</p> <p>In der Vorlesung werden allgemeine Grundlagen sowie die theoretischen, informationsbezogenen und instrumentellen Perspektiven behandelt, wie die Grundlagen der Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Distributions- und Vertriebspolitik. Zudem werden institutionelle Besonderheiten des Marketings, Kundensegmentierung, Positionierung und Zielgruppenansprache thematisiert.</p>
Literatur	<p>Philip Kotler, P. & Keller, K.L. (2015). Marketing-Management: Konzepte - Instrumente – Unternehmensfallstudien. Hallbergmoss: Pearson.</p> <p>Philip Kotler, P. & al. (2015). Grundlagen des Marketing. Hallbergmoss: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	<p>Englisch GER B1+: <i>English for Marketing intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER B2 und B2+: <i>English for Marketing upper intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER C1: <i>English for Marketing advance</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Spanisch A1</p> <p>Spanisch A2</p> <p>Spanisch B1</p>
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (60 Minuten)
---------------------	---------------	----------------------

	LN Case Study-Präsentation / Simulation
Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
Sprache	Deutsch
Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	MARKT- UND KONSUMENTENPSYCHOLOGIE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	N.N.	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Markt- und Werbepsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
S	Schwerpunkte der Markt- und Werbepsychologie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	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.
Inhalte	<p>Gegenstand der Markt- und Konsumentenpsychologie ist das Erleben und Verhalten des Menschen in seinen Rollen als (potentieller) Kunde und Konsument sowie als Investor oder Vertriebspartner am Markt.</p> <p>In der Vorlesung 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.</p> <p>Im Seminar werden Schwerpunkte in Marktkommunikation, Marktforschung und Konsumentenverhalten vertiefend behandelt.</p>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten) LN Referat / Bericht / Portfolio / Hausarbeit
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	GRUNDLAGEN DIAGNOSTIK		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constanze Beierlein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen psychologischer Diagnostik	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
Ü	Übung zu diagnostischen Verfahren	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	<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.</p> <p>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>
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen psychologischer Diagnostik sowie deren Anwendungen.</p> <p>In der Vorlesung 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.</p> <p>Die Übung 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>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	TESTKONSTRUKTION / DIAGNOSTISCHE VERFAHREN		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Constanze Beierlein	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	Grundlagen Psychologische Testtheorie	30h (2 SWS)	60h	Deutsch
KG	Kleingruppe zur Fragebogenentwicklung	30h (2 SWS)	60h	Deutsch

Lernergebnisse	Die Studierenden lernen die theoretischen Grundlagen der Testkonstruktion und Gütekriterien psychologischer Tests kennen. Sie haben die Grundlagen der Testtheorie und das Vorgehen bei der Testkonstruktion erlernt sowie die Fertigkeit erworben, einen Test kritisch beurteilen zu können. Darüber hinaus sind sie in die Lage, anhand der Informationen, die in einem Testhandbuch aufgeführt sind, die Qualität eines Tests sicher beurteilen und einen Fragebogen selbst konstruieren zu können.
Inhalte	<p>Gegenstand des Moduls sind Methoden der Testkonstruktion. Die Studierenden lernen die Schritte der Testkonstruktion kennen. Dabei wird auch die Faktorenanalyse als eine wichtige Methode der Testkonstruktion vorgestellt.</p> <p>Die Vorlesung beinhaltet eine ausführliche Darstellung der klassischen Testtheorie, der Schritte der Testkonstruktion Theorie geleitete Itemgenerierung, Itemkonstruktion, die Beurteilung eines Testkonzepts, Item- und Reliabilitätsanalysen, Faktorenanalysen und die Normerstellung.</p> <p>In dem auf der Vorlesung aufbauenden Kleingruppe werden die einzelnen Schritte eingeübt, die im Rahmen einer Testkonstruktion erfolgen an einem konkreten Beispiel. Dabei wird unter anderem auch der Umgang mit verschiedenen Anwendungsprogrammen eingeübt, die zur Durchführung von Item-, Reliabilitäts- und Strukturanalysen notwendig sind und eine fundierte Interpretation der Ergebnisse ermöglichen.</p>
Literatur	<p>Bühner, M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. Hallbergmoss: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Klausur (90 Minuten)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	WIRTSCHAFTSBEZOGENE KULTURGESCHICHTE		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

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)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<p><i>At the end of the course, students should have acquired the following competencies:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Understanding of historical processes</i> – <i>Understanding of the interplay of technologies and social change</i> – <i>Capability of differentiating between alternative approaches to economic processes and business organisation</i> – <i>Understanding of, and ability to critically discuss, key ethical questions underlying processes of industrialisation and globalisation</i> <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>
-----------------------	--

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Introduction: On the importance of understanding the past in order to shape the future – Central themes: Markets, Technologies, Entrepreneurs, Cultures – The pre-industrial times – The first industrial revolution – the case of Great Britain – Technologies, society, and the factory system – the second industrial revolution: The development of transport systems and the advent of managerialism – Processes of industrialisation in the US, Germany, Great Britain, France, Russia, Japan, and Italy – The inter-war period and the development of new organisational forms. Case studies of General Motors (US) and IG Farben/ICI (Europe) – Cartels, capital markets and the class society – Japan: a very special case – Post WW2: Technologies and the third industrial revolution – the 1970s to 2000: The United States as hegemon, the USSR as antagonist, Japan as an exception and Europe as hybrid – Different strategies for „catching up“: South Korea and Argentina – Globalisation and the Multinational Firm – Post 2000: A look at Europe, Japan, China, India – Brave New World? New forms of organisation: fashions, fads and experiments – A look into the future. Can we learn from the past? <ul style="list-style-type: none"> – Einführung: Warum das Verständnis von Geschichte wichtig für heutiges Handeln ist – Worum es geht: Märkte, Technologien, Unternehmer, Kulturen – Vorindustrielle Zeit – Die erste industrielle Revolution am Beispiel Großbritannien – Technologien, Gesellschaft, und Fabriken – Die zweite industrielle Revolution: Transportsysteme, Managerialisierung.
----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Die Industrialisierung in den USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Russland, Japan, Italien - 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 - Kartelle, Kapitalmärkte und die Klasesgesellschaft - Der japanische Sonderweg - Vom zweiten Weltkrieg zur dritten industriellen Revolution: Die Rolle von Technologien - Die USA als Hegemon, die UdSSR als Antagonist, Japan als Ausnahme und Europa als Mischform - Aufholstrategien von Schwellenländern. Beispiele Argentinien und Südkorea - Globalisierung und Multinationale Unternehmen - Neue Organisationsformen - Nach 2000: Fallstudien Europa, Japan, China, Indien - Ausblick
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 Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	Essay
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Titel der LV	GLOBALISIERUNG		
Modulkürzel		SWS	4
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	6
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	180h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
VL	<i>Globalization</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>
S	<i>English for International Business and Economics (siehe Wahlpflicht)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<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 & 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 & presentations.</i>
Inhalte	<p>The module objective 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 lecture will focus on</p> <ul style="list-style-type: none"> – The economics of globalization – Trends and developments in product markets, financial markets, and factor markets – Drivers of globalization: new economic regimes & liberalization – Globalization on a business level: internationalization through trade, cross-border production, and the internationalization of research and development – Current debates on globalization
Literatur	<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>. http://www.economist.com/node/21564413?zid=293&ah=e50f636873b42369614615ba3c16df4a</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>

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	<p>Englisch GER B1+: <i>International Business and Economics intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER B2 und B2+: <i>International Business and Economics upper intermediate</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Englisch GER C1: <i>International Business and Economics advance</i> (siehe Wahlpflicht)</p> <p>Spanisch A1+</p> <p>Spanisch A2+</p> <p>Spanisch B1+</p>
--------------------------	---------------------------------	--

	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–
Modulprüfung	Formen	Case Study Debate
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Deutsch
	Gewichtung der Modulnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

WAHLPFLICHTVERANSTALTUNGEN

Titel der LV	ENGLISCH FOR STUDY		
Modulkürzel	(siehe Grundlagen BWL)	SWS	2
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Study</i>	60h (4 SWS)	30h	<i>English</i>

Lernergebnisse	Die Studierenden erlangen alle notwendigen sprachlichen Kompetenzen, sodass sie sich im Rahmen vom Studium in englischer Sprache sowohl mündlich als auch schriftlich sicher bewegen können, wenn klare Standardsprache verwendet wird. Sie können sich einfach und zusammenhängend über studienspezifische Themen und persönliche Interessengebiete äußern und werden befähigt, Konzepte und Zusammenhänge ihres Fachbereichs zu bearbeiten, darzustellen und zu diskutieren.
Inhalte	An Kommunikationsfähigkeit orientierte Fremdsprachenvermittlung mit den Fertigkeiten Hören, Lesen, Schreiben, zusammenhängendes Sprechen und an Gesprächen teilnehmen. Strukturen und Wortschatz. Orientierung am akademischen Sprachgebrauch und Sprachverwendungszusammenhängen. Zur Vertiefung der Fach- und Wissenschaftssprache werden überwiegend authentische Materialien herangezogen, die den Auf- und Ausbau des fach- und wirtschaftsspezifischen Wortschatzes unterstützen. Ein intensives Training des mündlichen Ausdrucks geschieht durch kurze Präsentationen, Beschreibungen von verschiedenen visuellen Daten wie Graphen, Diagrammen, usw.
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER A2 bzw. A2/B1
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests (à 45 Min)
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	–

Titel der LV	ENGLISCH FOR MANAGEMENT (INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Grundlagen BWL)	SWS	2
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Management (intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English and extended their general word-stock and business terminology. They will have improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students will have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of basic concepts of management as well as management skills in English on the basis of case studies.</i></p> <p><i>The workload comprises vocabulary building and grammatical exercises; analysis and comprehension of business related texts and documents; self-study programme; listening and role play exercises. The aim of the seminar is to enhance linguistic skills in a wide variety of business areas like e.g. recruitment and careers, corporate culture, organizational structures, business environment, marketing etc. The unit is intended to be an interactive lecture using a guided learning approach.</i></p>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B1+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Grundlagen BWL)

Titel der LV	ENGLISCH FOR MANAGEMENT (UPPER INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Grundlagen BWL)	SWS	2
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Management (upper intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English and extended their general word-stock and business terminology. They will have improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students will have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of basic concepts of management as well as management skills in English on the basis of case studies.</i></p> <p><i>The workload comprises vocabulary building and grammatical exercises; analysis and comprehension of business related texts and documents; self-study programme; listening and role play exercises. The aim of the seminar is to enhance linguistic skills in a wide variety of business areas like e.g. recruitment and careers, corporate culture, organizational structures, business environment, marketing etc. The unit is intended to be an interactive lecture using a guided learning approach.</i></p>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B2 und B2+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Grundlagen BWL)

Titel der LV	ENGLISCH FOR MANAGEMENT (ADVANCE)
---------------------	--

Modulkürzel	(siehe Grundlagen BWL)	SWS	2
Modulverantwortlich	Birgit Kleymann	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	English for Management (advance)	30h (2 SWS)	60h	English

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English and extended their general word-stock and business terminology. They will have improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students will have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<i>The seminar deepens the understanding of basic concepts of management as well as management skills in English on the basis of case studies.</i> <i>The workload comprises vocabulary building and grammatical exercises; analysis and comprehension of business related texts and documents; self-study programme; listening and role play exercises. The aim of the seminar is to enhance linguistic skills in a wide variety of business areas like e.g. recruitment and careers, corporate culture, organizational structures, business environment, marketing etc. The unit is intended to be an interactive lecture using a guided learning approach.</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER C1
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	English
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Grundlagen BWL)

Titel der LV	ENGLISCH FOR INVESTMENT + FINANCE (INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Finanzierung)	SWS	2
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Investment and Finance (intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students have learned to express themselves professionally in the context of meetings (oral component requirement) and improved written communication for business and management applications. Furthermore, students have developed language accuracy and attained a higher degree of fluency in Business English (banking, finance and accounting, economics).</i>
Inhalte	<p><i>The seminar covers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Banking: personal and corporate banking, cultural differences in banking</i> – <i>Financial instruments: shareholding, issuing bonds, financing start-ups</i> – <i>Writing: agendas and minutes of meetings, reminders, complaints and replies to complaints; academic writing</i> – <i>Oral component: language and techniques of meetings, role-play meetings - expressing opinions, handling conflict, responsibilities of the chairperson</i> – <i>Language: review of tenses, passives, conditionals, past tenses; business vocabulary and terminology expansion for banking, finance and accounting, economics.</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B1+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Finanzierung)

Titel der LV	ENGLISCH FOR INVESTMENT + FINANCE (UPPER INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Finanzierung)	SWS	2
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Investment and Finance (upper intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students have learned to express themselves professionally in the context of meetings (oral component requirement) and improved written communication for business and management applications. Furthermore, students have developed language accuracy and attained a higher degree of fluency in Business English (banking, finance and accounting, economics).</i>
Inhalte	<p><i>The seminar covers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Banking: personal and corporate banking, cultural differences in banking</i> – <i>Financial instruments: shareholding, issuing bonds, financing start-ups</i> – <i>Writing: agendas and minutes of meetings, reminders, complaints and replies to complaints; academic writing</i> – <i>Oral component: language and techniques of meetings, role-play meetings - expressing opinions, handling conflict, responsibilities of the chairperson</i> – <i>Language: review of tenses, passives, conditionals, past tenses; business vocabulary and terminology expansion for banking, finance and accounting, economics.</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B2 und B2+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Finanzierung)

Titel der LV	ENGLISCH FOR INVESTMENT + FINANCE (ADVANCE)		
Modulkürzel	(siehe Finanzierung)	SWS	2
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Investment and Finance (advance)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students have learned to express themselves professionally in the context of meetings (oral component requirement) and improved written communication for business and management applications. Furthermore, students have developed language accuracy and attained a higher degree of fluency in Business English (banking, finance and accounting, economics).</i>
Inhalte	<p><i>The seminar covers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Banking: personal and corporate banking, cultural differences in banking</i> – <i>Financial instruments: shareholding, issuing bonds, financing start-ups</i> – <i>Writing: agendas and minutes of meetings, reminders, complaints and replies to complaints; academic writing</i> – <i>Oral component: language and techniques of meetings, role-play meetings - expressing opinions, handling conflict, responsibilities of the chairperson</i> – <i>Language: review of tenses, passives, conditionals, past tenses; business vocabulary and terminology expansion for banking, finance and accounting, economics.</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER C1
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Finanzierung)

Titel der LV	ENGLISCH FOR MARKETING (INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Marketing)	SWS	2
Modulverantwortlich	Claudia Ekwuazi	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Marketing (intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English and extended their general word-stock and business terminology. They will have improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students will have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of basic concepts of marketing as well as marketing skills in English on the basis of case studies.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Writing: product descriptions, topic sentence, paragraph, summary and essay writing</i> – <i>Oral communications: product presentation, interviewing</i> – <i>Language Usage: Present and future tenses, Present Perfect, Past tenses, passives, business vocabulary and terminology expansion for marketing, language of public speaking, expressing opinions, being persuasive</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B1+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Marketing)

Titel der LV	ENGLISCH FOR MARKETING (UPPER INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Marketing)	SWS	2
Modulverantwortlich	Claudia Ekwuazi	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Marketing (upper intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English and extended their general word-stock and business terminology. They will have improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students will have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of basic concepts of marketing as well as marketing skills in English on the basis of case studies.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Writing: product descriptions, topic sentence, paragraph, summary and essay writing</i> – <i>Oral communications: product presentation, interviewing</i> – <i>Language Usage: Present and future tenses, Present Perfect, Past tenses, passives, business vocabulary and terminology expansion for marketing, language of public speaking, expressing opinions, being persuasive</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B2 und B2+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Marketing)

Titel der LV	ENGLISCH FOR MARKETING (ADVANCE)		
Modulkürzel	(siehe Marketing)	SWS	2
Modulverantwortlich	Claudia Ekwuazi	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Marketing (advance)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of this course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English and extended their general word-stock and business terminology. They will have improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students will have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of basic concepts of marketing as well as marketing skills in English on the basis of case studies.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Writing: product descriptions, topic sentence, paragraph, summary and essay writing</i> – <i>Oral communications: product presentation, interviewing</i> – <i>Language Usage: Present and future tenses, Present Perfect, Past tenses, passives, business vocabulary and terminology expansion for marketing, language of public speaking, expressing opinions, being persuasive</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER C1
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Marketing)

Titel der LV	ENGLISCH FOR INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS (INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Globalisierung)	SWS	2
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Investment and Finance (intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of the course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English. They will have extended their general word-stock and business terminology and improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and will have become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of international business and economics as well as business skills in English.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Oral component: business plan (persuasive) presentations; debates and discussions.</i> – <i>Writing: mission statements, press releases, business reports, SWOT analyses, and additional business plan documents</i> – <i>Language: Language of graphs and prediction, gerunds and infinitives, reported speech.</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B1+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Globalisierung)

Titel der LV	ENGLISCH FOR INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS (UPPER INTERMEDIATE)		
Modulkürzel	(siehe Globalisierung)	SWS	2
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Investment and Finance (upper intermediate)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of the course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English. They will have extended their general word-stock and business terminology and improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and will have become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of international business and economics as well as business skills in English.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Oral component: business plan (persuasive) presentations; debates and discussions.</i> – <i>Writing: mission statements, press releases, business reports, SWOT analyses, and additional business plan documents</i> – <i>Language: Language of graphs and prediction, gerunds and infinitives, reported speech.</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER B2 und B2+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Globalisierung)

Titel der LV	ENGLISCH FOR INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS (ADVANCE)		
Modulkürzel	(siehe Globalisierung)	SWS	2
Modulverantwortlich	Christoph Harff	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	90h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>English for Investment and Finance (advance)</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>English</i>

Lernergebnisse	<i>On completion of the course students will have enhanced their ability to express their ideas and opinions on business and management topics in English. They will have extended their general word-stock and business terminology and improved their ability to write for academic purposes and have acquired knowledge and practice in writing for business and work-related applications. Students have developed self-confidence and their ability to think critically, as well as to express their opinions on controversial issues in English and will have become more aware of the power of enthusiastic and persuasive public speaking and have improved their personal style of presentation.</i>
Inhalte	<p><i>The seminar deepens the understanding of international business and economics as well as business skills in English.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Oral component: business plan (persuasive) presentations; debates and discussions.</i> – <i>Writing: mission statements, press releases, business reports, SWOT analyses, and additional business plan documents</i> – <i>Language: Language of graphs and prediction, gerunds and infinitives, reported speech.</i>
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Englisch GER C1
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwei Zwischentests
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	<i>English</i>
	Gewichtung der Modulnote	(siehe Globalisierung)

Titel der LV	SPANISCH A1		
Modulkürzel		SWS	2
Modulverantwortlich	Hilda Caballero Barbosa	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	60h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>Spanisch A1</i>	30h (2 SWS)	60h	<i>Spanisch</i>

Lernergebnisse	Die Studierenden können vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z.B. wo sie wohnen, was sie für Leute kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Das Alphabet. • Die Zahlen bis 100. • Der bestimmte Artikel. • Der unbestimmte Artikel. • Das Substantiv. • Subjektpronomen. • Die regelmäßigen Verben auf –ar, -er und –ir. • Die unregelmäßige Verben: ser, tener. • Sich begrüßen und verabschieden, sich vorstellen. • Jemanden vorstellen, nach dem Befinden fragen, buchstabieren. • Die Anrede mit tú / usted. • Nach der Bedeutung fragen. • Über die Herkunft sprechen, Fragen stellen und Auskunft geben. • Sagen, warum man Spanisch lernt, Fremdsprachen angeben. • Über Studium, Beruf und Arbeitsplatz sprechen, nach dem Alter fragen, nach der Telefonnummer, Adresse und E-Mail fragen. • Berufsbezeichnungen, berufliche Tätigkeiten beschreiben.
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwischenprüfung Abschlussprüfung
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Spanisch

Gewichtung der Modulnote

-

Titel der LV	SPANISCH A1+		
Modulkürzel		SWS	2
Modulverantwortlich	Hilda Caballero Barbosa	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	60h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	Spanisch A1+	30h (2 SWS)	60h	Spanisch

Lernergebnisse	Die Studierenden können vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z.B. wo sie wohnen, was sie für Leute kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Über die Familia sprechen. • Possessivbegleiter • Die Zahlen über 100. • Das Verb estar. • Aussehen und Charakter beschreiben. • Gefallen äußern: Das Verb gustar. • Datum und Geburtstag nennen. • Über Essgewohnheiten sprechen, Mengen angeben, Häufigkeit angeben. • Die direkten Objektpronomen. • Die Wochentage. • Die Uhrzeit. • In einem Restaurant bestellen. • Verben der Gruppe o>ue. • Verben der Gruppe e>ie.
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Spanisch GER A1
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwischenprüfung Abschlussprüfung
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Spanisch
	Gewichtung der Modulnote	–

Titel der LV	SPANISCH A2		
Modulkürzel		SWS	3
Modulverantwortlich	Hilda Caballero Barbosa	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	60h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>Spanisch A2</i>	45h (3 SWS)	45h	<i>Spanisch</i>

Lernergebnisse	Die Studierenden können Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z.B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Stadt beschreiben. • Der Gebrauch von hay und estar. • Öffentliche Verkehrsmittel benutzen, den Weg mit Verkehrsmitteln beschreiben, die Reihenfolge angeben, Anweisungen geben. • Das Verb ir. • Ortsangaben machen, den Weg beschreiben. • Ortsangaben. • Verben der Gruppe e>i. • Ordnungszahlen. • Über Freizeit und Volieben sprechen. • Verben mit –g-. • Das Verb jugar (u>ue). • Die indirekten Objektpronomen, die Verdoppelung des Objektpronomens. • Ein Hotelzimmer reservieren. • Das neutrale Pronomen lo. • Über Erfahrungen sprechen. • Das Perfekt, unregelmäßige Partizipien. • Über Fähigkeiten sprechen, Vergleiche anstellen. • Der Gebrauch von saber und poder. • Der Kompartiv und Superlativ: einige unregelmäßige Steigerungsformen. • Den Tagesablauf (describir la rutina diaria y laboral) beschreiben. • Die reflexiven Verben. • Das Gerundium.
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Spanisch GER A1+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine)
---------------------	---------------	----------------------------

	Zwischenprüfung
	Abschlussprüfung
Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
Sprache	Spanisch
Gewichtung der Modulnote	–

Titel der LV	SPANISCH A2+		
Modulkürzel		SWS	3
Modulverantwortlich	Hilda Caballero Barbosa	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	60h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	Spanisch A2+	45h (3 SWS)	45h	Spanisch

Lernergebnisse	Die Studierenden können Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z.B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Über Pläne sprechen, einen Termin vereinbaren, eine Einladung oder einen Vorschlag annehmen oder ablehnen. • Das „futuro próximo“: ir a + Infinitiv. • Kleidung und Farben. • Demonstrativbegleiter. • Farbadjektive. • Über das Wetter sprechen. • Smalltalk führen. • Häuser und Büros beschreiben. • Notwendigkeit ausdrücken: hay que + Infinitiv. • Über Gewohnheiten in der Vergangenheit sprechen. • Verben mit –zc- . • Das Imperfekt. • Über Veränderungen im Berufsleben sprechen. • Über Erfahrungen in der Vergangenheit sprechen, Angaben zur Biografie machen. • Das Indefinido der regelmäßigen Verben. • Das Indefinido von ser / ir. • Über berufliche Fähigkeiten sprechen, eine Bewerbung schreiben. • Einen Lebenslauf schreiben, an einem Vorstellungsgespräch teilnehmen, über Berufserfahrung sprechen.
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Spanisch GER A2
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwischenprüfung Abschlussprüfung
---------------------	---------------	---

Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
Sprache	Spanisch
Gewichtung der Modulnote	–

Titel der LV	SPANISCH B1		
Modulkürzel		SWS	3
Modulverantwortlich	Hilda Caballero Barbosa	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	60h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>Spanisch B1</i>	45h (3 SWS)	45h	<i>Spanisch</i>

Lernergebnisse	Die Studierenden können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Berufsbezeichnungen • Aufbau und Organisation von Unternehmen • Arbeitsbeziehungen • Geschäftsreisen • Organisation von Meetings • Bewerbungen
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Spanisch GER A2+
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	2 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwischenprüfung Abschlussprüfung
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Spanisch
	Gewichtung der Modulnote	–

Titel der LV	SPANISCH B1+		
Modulkürzel		SWS	3
Modulverantwortlich	Hilda Caballero Barbosa	ECTS	3
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	60h

Lehrform	Veranstaltung	Präsenzzeit	Selbststudium	Sprache
S	<i>Spanisch B1+</i>	45h (3 SWS)	15h	<i>Spanisch</i>

Lernergebnisse	Die Studierenden können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Produkte und Innovationen • Werbung • Kundenkommunikation • Durchführung von Bewerbungsgesprächen • Gesundheit im Unternehmen • Finanz- und Bankwesen
Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	Spanisch GER B1
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	SS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

Modulprüfung	Formen	TN (max. zwei Fehltermine) Zwischenprüfung Abschlussprüfung
	Voraussetzungen für CP-Vergabe	Bestandene Modulprüfung
	Sprache	Spanisch
	Gewichtung der Modulnote	–

AUSLANDSPRAKTIKUM / AUSLANDSORIENTIERTES PRAKTIKUM

Titel der LV	AUSLANDSPRAKTIKUM / AUSLANDSORIENTIERTES PRAKTIKUM		
Modulkürzel		SWS	–
Modulverantwortlich		ECTS	30
Teilnehmerzahl max.	–	Zeit gesamt	900h

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

Lernergebnisse	<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"> - Sprachliche Kompetenzen - Methodisches Vorgehen im jeweiligen Berufsfeld - Planungs- und Organisationskompetenz
Inhalte	<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>
Didaktisches Konzept	–
Literatur	–

Rahmenbedingungen	Teilnahmevoraussetzungen	–
	Empfohlene Ergänzungen	–
	Häufigkeit des Angebots	WS
	Dauer	1 Semester
	Verwendbarkeit des Moduls	–

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