

Anlage 5

Modulhandbuch des Studiengangs

Wirtschaftspsychologie

Bachelor

des Fachbereichs Gesellschaftswissenschaften
der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

zuletzt geändert am 9.10.2018

Änderungen gültig ab 1.12.2018

Zugrundeliegende BBPO vom 28.05.2013 (Amtliche Mitteilungen im Jahr 2013) in der geänderten Fassung vom 9.10.2018 (Amtliche Mitteilungen im Jahr 2018)

Inhalt

Modul 161110:	Einführung in die Psychologie	3
Modul 161120:	Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie	6
Modul 161210:	Empirische Forschungsmethoden	9
Modul 161220:	Qualitative Methoden	12
Modul 161310:	Wirtschaftliche Grundlagen I	15
Modul 161410:	Sozial- und Kulturwissenschaften I.....	22
Modul 162110:	Sozial- und Kommunikationspsychologie.....	28
Modul 162120:	Allg. Psych.: Motivation, Emotion und Lernen.....	31
Modul 162130:	Diagnostik und differenzielle Psychologie.....	34
Modul 162210:	Quantitative Methoden I.....	37
Modul 162310:	Wirtschaftliche Grundlagen II.....	40
Modul 162410:	Sozial- und Kulturwissenschaften II.....	45
Modul 163110:	Allg. Psych.: Denken und Entscheiden	52
Modul 163210:	Quantitative Methoden II.....	54
Modul 163220:	Empirisches Forschungspraktikum.....	57
Modul 163310:	Wirtschaftliche Vertiefung	60
Modul 163320:	Rechtliche Grundlagen	63
Modul 163410:	Sprachen.....	66
Modul 164110:	Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie	72
Modul 164120:	Arbeit, Personal und Organisation: Wirtschaftliche Aspekte.....	75
Modul 164130:	Arbeit, Personal und Organisation: Ethische u. rechtliche Aspekte.....	83
Modul 164210:	Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie	91
Modul 164220:	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte	95
Modul 164230:	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte	103
Modul 164310:	Umweltpsychologie.....	109
Modul 164320:	Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte	112
Modul 164330:	Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte.....	120
Modul 164410:	Wirtschaftspsychologisches Projekt I.....	127
Modul 164420:	Wirtschaftspsychologisches Projekt II.....	130
Modul 166100:	Praxismodul.....	134
Modul 166200:	Bachelormodul	136

Modul 161110: Einführung in die Psychologie

Modulbezeichnung	Einführung in die Psychologie
Code	161110
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stefanie Winter
Dozent(in)	Prof. Dr. Stefanie Winter, ggf. weitere Lehrkräfte aus dem Studienbereich
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: kurze Seminararbeit, Anwesenheitspflicht in den Übungssitzungen Prüfung: Präsentation Gewichtung von Seminararbeit und Präsentation je 50%, jede Leistung muss bestanden werden
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Psychologie <ul style="list-style-type: none"> – Definition der Psychologie – Strukturierung des Fachgebiets – Grundlegende Theorien, Erkenntnisse und Persönlichkeiten der Psychologie – Anwendungsfelder • Erstellung einer theoretischen wissenschaftlichen Arbeit in der Psychologie <ul style="list-style-type: none"> – Vorbereitung einer wissenschaftlichen Arbeit (z.B. Entwicklung der Fragestellung, Literaturrecherche und -auswahl) – Inhalt und Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit – Wissenschaftliches Schreiben – Umgang mit Quellen / Zitierweise • Präsentieren wissenschaftlicher Inhalte <ul style="list-style-type: none"> – Vorbereitung einer Präsentation – Inhalt und Aufbau einer Präsentation

	<ul style="list-style-type: none"> - Stimme und Sprache - Körpersprache - Medieneinsatz und Visualisierung - Umgang mit dem Publikum
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, was das Selbstverständnis der Psychologie ist und wie sich das Fachgebiet strukturiert und kennen erste grundlegende Theorien, Erkenntnisse und Persönlichkeiten der Psychologie. Die Studierenden wissen, wie man eine theoretische wissenschaftliche Arbeit in der Psychologie erstellt (inkl. Entwicklung einer Fragestellung, Vorgehen bei der Literaturrecherche, Strukturierung der Arbeit und Umgang mit Quellen) und wie man wissenschaftliche Erkenntnisse fachlich angemessen und anschaulich präsentiert.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können einfachere psychologische Fachtexte verstehen und erläutern und die Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens und Präsentierens im Rahmen der Erstellung einer schriftlichen theoretischen Arbeit sowie einer Präsentation korrekt anwenden.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, psychologische Inhalte sinnvoll in einen wissenschaftlichen Gesamtkontext einzuordnen und auf praktische Anwendungsgebiete zu übertragen. Sie können erste psychologische Inhalte kritisch reflektieren und bewerten, in Form einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit zusammenfassen und anschaulich und verständlich präsentieren und diskutieren.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Vorlesung (3 SWS (inkl. Abschlusspräsentation)) Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 75 h Präsenz, 75 h Selbststudium/ 5 CP

Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul Einführung in die Psychologie wird in einer Veranstaltung, bestehend aus einer Vorlesung mit 3 SWS und einer Übung mit 2 SWS angeboten
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Selbst recherchierte Literatur zu den einzelnen Seminarthemen</p> <p>Skript zur Lehrveranstaltung</p> <p>Ergänzende Literaturempfehlungen:</p> <p>Zur Einführung in psychologische Themengebiete:</p> <p>Gerrig, R. J. & Zimbardo, P. G. (2014). <i>Psychologie</i> (20. Auflage). München: Pearson.</p> <p>Myers, D. G. (2014). <i>Psychologie</i> (3. Auflage). Heidelberg: Springer.</p> <p>Werth, L. (2009). <i>Psychologie für die Wirtschaft: Grundlagen und Anwendungen</i>. München: Spektrum Akademischer Verlag.</p> <p>zum wissenschaftlichen Arbeiten in der Psychologie:</p> <p>American Psychological Association (2010). <i>Publication Manual of the American Psychological Association</i> (6. Auflage). Washington, DC: American Psychological Association.</p> <p>Deutsche Gesellschaft für Psychologie (2007). <i>Richtlinien zur Manuskriptgestaltung</i> (3. überarbeitete und erweiterte Auflage). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Karmasin, M. & Ribing, R. (2012). <i>Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten</i> (7. aktualisierte Auflage). Wien: UTB.</p> <p>Kornmeier, M. (2012). <i>Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation</i>. Bern: Haupt UTB.</p>

Modul 161120: Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie

Modulbezeichnung	Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie
Code	161120
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Florian Röser
Dozent(in)	N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfung: Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Wahrnehmung und ihre Messmethoden - Einführung in die biologischen Grundlagen - Gedächtnispsychologie - Kognitive Verarbeitungsprozesse - Sensorische Prozesse und Wahrnehmung - Messmethoden der Neuropsychologie - Neuroökonomie: Erkenntnisse der Neuropsychologie für die Wirtschaft - Ethik in der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie - Anwendungen der Inhalte auf die wirtschaftspsychologische Praxis
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Einblick in die menschlichen neuronalen und kognitiven Prozesse und erlernen die wichtigsten Funktionen des zentralen und peripheren Nervensystems für die Wahrnehmung. Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Gedächtnispsychologie. Die Studierenden kennen und verstehen die sensorischen</p>

	<p>Wahrnehmungsprozesse.</p> <p>Die Studierenden erlernen Messmethoden in der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie.</p> <p>Die Studierenden erlangen einen Einblick in die Erkenntnisse und Methoden der Neuroökonomie und ihre Anwendungsfelder.</p> <p>Die Studierenden erlangen Kenntnisse über die neuesten Entwicklungen im Bereich Neuropsychologie und Neuromarketing.</p> <p>Die Studierenden erlernen, die neuronalen und psychologischen Prozesse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie auf die wirtschafts-psychologische Praxis anzuwenden.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die Inhalte der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie auf Grundlage wissenschaftlicher Texte zu verstehen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage Inhalte und Methoden der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie im Kontext wirtschafts(psychologischer) Fallstudien und in Bezug auf die Auseinandersetzung und Erarbeitung geeigneter Konzepte und Messmethoden anzuwenden und wissenschaftlich begründete Praxismaßnahmen zu entwickeln.</p> <p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage ihre erworbenen Kenntnisse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie auf die Anwendungsfelder der Wirtschaftspsychologie zu beziehen und geeignete Mess- und Analysemethoden sowie ihre Einsatzgebiete zu kennen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Methoden und Ergebnisse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie für die Wirtschaftspsychologie kritisch zu bewerten und zu würdigen.</p> <p>Die Studierenden können ihre erworbenen Fachkenntnisse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie in Bezug auf weitere Grundlagen- und Anwendungsfächer der Psychologie transferieren.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)

Lehrform/SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Goldstein, E.B. (2011). <i>Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs</i> (7. Auflage). Berlin: Spektrum</p> <p>Schandry, R. (2011). <i>Biologische Psychologie</i> (3. vollständig überarbeitete Auflage). Weinheim: Beltz.</p> <p>Gerrig, R.J. & Zimbardo, Ph. G. (2008). <i>Psychologie</i> (18. aktualisierte Auflage). München: Pearson.</p> <p>Karnath, H-O. & Thier, P. (2012). <i>Kognitive Neurowissenschaften</i> (3. aktualisierte und erweiterte Auflage). Berlin: Springer.</p> <p>Reimann, M. & Weber, B. (Hrsg.) (2011). <i>Neuroökonomie: Grundlagen-Methoden-Anwendungen</i>. Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Hagendorf, H., Krummenacher, J., Müller, H.-J. & Schubert, T. (2011). <i>Wahrnehmung und Aufmerksamkeit</i>. Berlin: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Modul 161210: Empirische Forschungsmethoden

Modulbezeichnung	Empirische Forschungsmethoden
Code	161210
Studiengang/ Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Johannes von Tiling
Dozent(in)	Dr. Johannes von Tiling, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten) Durch aktive Mitarbeit in der Übung kann ein Studierender erreichen, dass ein Teil der Klausur inhaltlich weniger umfangreich (nämlich spezifiziert auf das bearbeitete Übungsthema) ausfällt.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Phasen des empirischen Forschungsprozesses - Hypothesenkonstruktion - Messen und Skalieren - Befragung und Beobachtung - Stichprobenauswahl - Experimentelle Designs - Qualitative und quantitative Forschung - Datenerhebung / Gestaltung von Erhebungsinstrumenten (z.B. Fragebogengestaltung) - Dateneingabe (mit einem Statistik-Programm, z.B. SPSS) - Einführung in die Datenauswertung (mit einem Statistik-Programm, z.B. SPSS): Grundbefehle, Lage- und Streuungsmaße

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, in welchen Teilschritten empirische Forschung abläuft. Sie kennen die Vor- und Nachteile experimenteller, nicht-experimenteller quantitativer und qualitativer Forschung.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Verfahren der deskriptiven Datenanalyse und der graphischen Datenrepräsentation computerbasiert anwenden. Sie verfügen über grundlegende Fertigkeiten der Konstruktion von Frage- sowie Beobachtungsbögen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, empirische Studien hinsichtlich ihrer Qualität zu bewerten. Sie können einschätzen, welche Methoden sich für die Beantwortung einer bestimmten wissenschaftlichen Hypothese eignen.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS) Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul Empirische Forschungsmethoden wird in einer Veranstaltung, bestehend aus einer Vorlesung mit 2 SWS und einer Übung mit 2 SWS, angeboten.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Bortz, J. & Schuster, C. (2010). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. Heidelberg: Springer.</p> <p>Bühl, A. (2011). SPSS 20: Einführung in die moderne Datenanalyse. München: Pearson.</p>

	<p>Huber, O. (2013). Das psychologische Experiment. Eine Einführung. Bern: Hans Huber.</p> <p>Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. München: Pearson.</p> <p>Renner, K.-H., Heydasch, T., & Ströhlein, T. (2012). Forschungsmethoden der Psychologie. Von der Fragestellung zur Präsentation. Heidelberg: Springer.</p> <p>Schäfer, T. (2016). Methodenlehre und Statistik. Einführung in Datenerhebung, deskriptive Statistik und Inferenzstatistik. Wiesbaden: Springer.</p>
--	--

Modul 161220: Qualitative Methoden

Modulbezeichnung	Qualitative Methoden
Code	161220
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm
Dozent(in)	Prof. Dr. Ingo Hamm / N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Das Modul besteht aus zwei Teilen: Eine Prüfungsvorleistung bestehend aus praktischer Umsetzung einer qualitativen Methode. Eine Prüfungsleistung in Form einer Klausur (60 Minuten) oder eines Referates. Gewichtung: 40% Prüfungsvorleistung, 60 % Prüfungsleistung. Voraussetzung für die Prüfungsteilnahme ist die Anwesenheit bei den Sitzungen beider Modulteile.
Sprache	Deutsch oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Logik qualitativer Forschung - Möglichkeiten und Anwendungsbereiche qualitativer Methoden - Qualitatives Sampling - Erhebung qualitativer Daten - Analyse und Präsentation qualitativer Daten - Spezifische Methoden und Instrumente (Explorative Gesprächsführung, qualitative Interviews, Fokusgruppen, Text-/Medienanalyse, qualitative Online-Erhebung,...) - Praktische Übungen

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Sie überblicken den Stand der Forschung. - Sie kennen die Möglichkeiten und Anwendungsbereiche qualitativer Methoden. - Sie sind imstande, qualitative Methoden in der Arbeits-, Markt- oder Medienforschung sicher und aufgabenspezifisch einzusetzen.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung (2 SWS) Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen: Eine seminaristische Vorlesung und eine Übung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Veranstaltungen der ersten beiden Studiensemester
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Anerkannte Module	Keine
Medienformen	Face-To-Face, E-learning

Literatur	<p>Den Studierenden werden u.a. folgende Bücher empfohlen:</p> <p>Belk, R., Fischer, E. & Kozinets, R.V., (2013). Qualitative Consumer & Marketing Research. Los Angeles: Sage.</p> <p>Bortz, J. & Döring, N., (2006). Forschungsmethoden und Evaluation. Heidelberg: Springer.</p> <p>Flick, U. (2007). Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek: Rowohlt.</p> <p>Hussy, W, Schreier, M., Echterhoff, G. (2010). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Heidelberg-Springer.</p> <p>Silverman, D. (2013). Doing Qualitative Research. Los Angeles: Sage.</p>
-----------	--

Modul 161310: Wirtschaftliche Grundlagen I

Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen I
Code	161310
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Döring
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring Prof. Dr. Carsten Wirth N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	1 Klausur (120 Minuten), davon jeweils ein Teil (50%) zu den volkswirtschaftlichen und ein Teil (50%) zu den betriebswirtschaftlichen Grundlagen. Um das Modul erfolgreich zu absolvieren, müssen beide Teile für sich bestanden werden.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Grundlagen I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen von grundlegenden Prinzipien der Volkswirtschaftslehre (Knappheitsprinzip, Nutzenmaximierung, Opportunitätskosten etc.) - Analyse des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage auf Märkten unterschiedlicher Art und die damit verbundenen Wohlfahrtseffekte - Kennenlernen von Produktions- und Kostenfunktionen sowie verschiedenen Kostenkategorien (variable und fixe Kosten, Grenz- und Durchschnittskosten) - Analyse des Unternehmerverhaltens in verschiedenen Marktformen (Konkurrenzmärkte, Monopolmärkte, Oligopolmärkte) - Analyse des Verbraucherverhaltens und dessen wichtigste Bestimmungsgründe

	<p>Betriebswirtschaftliche Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen der grundlegenden Theorien und Modelle der Betriebswirtschaftslehre sowie deren Einfluss auf die unternehmerische Praxis - Kennenlernen sowie kritische Reflexion der sozialen und wirtschaftlichen Bedeutung von Unternehmen - Aneignung grundlegender Kenntnisse über Unternehmensführung, Unternehmensethik, Zielsetzung, Strategien sowie relevanter Modelle und Konzepte zur Entscheidungsunterstützung
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die sachlichen Bestimmungsfaktoren und ökonomische Wirkungen des Angebots- und Nachfrageverhaltens von wirtschaftlichen Akteuren in unterschiedlichen Märkten. Ferner kennen die Studierenden die verschiedenen Bestandteile und Dimensionen eines Betriebs sowie die mit seiner Einrichtung und Organisation verbundenen grundlegenden Entscheidungsprobleme.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Marktprozesse einzelwirtschaftlich analysieren und hinsichtlich ihrer Wohlfahrtswirkungen beurteilen. Darüber hinaus können die Studierenden die hinsichtlich Einrichtung, Aufbau und Ablauf eines Betriebs bestehenden Managementprobleme identifizieren und beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, dass volkswirtschaftlich komplexe Geschehen auf Märkten nachzuvollziehen und in seine verschiedenen Bestimmungsfaktoren zu zergliedern. Sie können zudem wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage auf Märkten ableiten. Die Studierenden sind darüber hinaus fähig, grundlegende Strategie-, Struktur- und Organisationsentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu</p>

	überblicken.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes (Basic level course)
Lehrform/SWS	Vorlesung (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Einführung in die Volkswirtschaftslehre I- Grundlagen der Mikroökonomik Betriebswirtschaftslehre I- Grundlagen der Unternehmensführung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Mankiw, N.G., Taylor, M.P (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Varian, H.R. (2011), Grundzüge der Mikroökonomik. 8. Auflage, Oldenbourg.</p> <p>Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L. (2009): Mikroökonomie. 7. Auflage, Pearson.</p> <p>Paul, J.(2011). Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 2. Auflage, Gabler.</p> <p>Dillerup, R. / Stoj, R. (2011). Unternehmensführung. Vahlen.</p> <p>Schreyögg, G./Koch, J. (2014): Grundlagen des Managements.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Betriebswirtschaftslehre –Grundlagen der Unternehmensführung

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Betriebswirtschaftslehre - Grundlagen der Unternehmensführung
Code	161311
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen I
Dozent(in)	Prof. Dr. Carsten Wirth, N.N.
Prüfungsart	Klausur (60 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe und Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre - Theoretische Grundlagen (z.B. faktortheoretischer Ansatz, industrieökonomischer Ansatz, ressourcenbasierter Ansatz) - Gesellschaftliches, wirtschaftliches und rechtliches Umfeld (Formen von Kapitalismen, Unternehmensverfassung (in unterschiedlichen Rechtsformen) - Management und der (neue) Managementprozess - Strategisches Management - Überblick über betriebliche Funktionsbereiche - Betriebswirtschaftliche Perspektiven auf Entscheidungen (in den unterschiedlichen Funktionsbereichen)
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen grundlegende betriebswirtschaftliche Begriffe sowie grundlegende Entscheidungsprobleme.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die bestehenden Managementprobleme identifizieren und beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Strategie-, Struktur- und Organisationsentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der</p>

	betriebswirtschaftlichen Einflussbarkeit zu überblicken.
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Paul, J. (2011). Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 2. Auflage, Gabler. Dillerup, R. / Stoi, R. (2016). Unternehmensführung. Vahlen. Schreyögg, G./Koch, J. (2014): Grundlagen des Managements. Wiesbaden.

Lehrveranstaltungsbeschreibung Einführung in die Volkswirtschaftslehre I – Grundlagen der Mikroökonomik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Einführung in die Volkswirtschaftslehre I- Grundlagen der Mikroökonomik
Code	161312
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen I
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, N.N.
Prüfungsart	Klausur (60 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Begriffe und Prinzipien der Volkswirtschaftslehre (Knappheitsprinzip, Nutzenmaximierung, Opportunitätskosten, Marginalanalyse, etc.) - Angebots- und Nachfragefunktionen auf Märkten, Angebots- und Nachfrageelastizitäten, Produzenten- und Konsumentenrente, Wohlfahrtseffekte - Produktions- und Kostenfunktionen sowie verschiedenen Kostenkategorien (variable und fixe Kosten, Grenz- und Durchschnittskosten) - Unternehmerverhalten in verschiedenen Marktformen (Vollständige Konkurrenzmärkte, Monopolmärkte, Oligopolmärkte, Monopolistische Konkurrenzmärkte) - Verbraucherverhalten auf Märkten und dessen Bestimmungsgründe (Budgetbeschränkung, Präferenzen, Einkommens- und Substitutionseffekte)
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die sachlichen Bestimmungsfaktoren und ökonomische Wirkungen des Angebots- und Nachfrageverhaltens von wirtschaftlichen Akteuren in unterschiedlichen Märkten.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Marktprozesse</p>

	<p>einzelwirtschaftlich analysieren und hinsichtlich ihrer Wohlfahrtswirkungen beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, dass volkswirtschaftlich komplexe Geschehen auf Märkten nachzuvollziehen und in seine verschiedenen Bestimmungsfaktoren zu zergliedern. Sie können zudem wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage auf Märkten ableiten.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Mankiw, N.G., Taylor, M.P (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Varian, H.R. (2011), Grundzüge der Mikroökonomik. 8. Auflage, Oldenbourg.</p> <p>Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L. (2009): Mikroökonomie. 7. Auflage, Pearson</p>

Modul 161410: Sozial- und Kulturwissenschaften I

Vorbemerkung: Mit dem Begleitstudium „Sozial- und Kulturwissenschaften (SuK)“ setzt die Hochschule Darmstadt die Idee eines Studium Generale um. Es ist seit Gründung der Hochschule Darmstadt fester Bestandteil der studentischen Ausbildung und in seiner Tradition und Ausprägung als interdisziplinär zusammengesetzte Organisationseinheit einmalig in der deutschen Hochschullandschaft. Das Begleitstudium vermittelt Kompetenzen an wissenschaftlich und praktisch bedeutsamen Schnittstellen von Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Recht, Technik, Wissenschaft und Kultur. Damit bereitet das sozial- und kulturwissenschaftliche Begleitstudium die Studierenden auf ihre professionellen Aufgaben vor. Es vermittelt ein breites Sach-, Orientierungs- und Reflexionswissen und einen interdisziplinären Zugang zu aktuellen gesellschaftsrelevanten Fragestellungen. Dies erlaubt es den Studierenden, das Wissen der eigenen Disziplin in Hinblick auf Zweck und Bedeutung zu hinterfragen, bestehende Positionen zu problematisieren, und ggf. neue Potentiale entfalten zu können. Das SuK Begleitstudium ist in ein Modul I und Modul II gegliedert. Angeboten werden in der Regel eigenständig geprüfte Lehrveranstaltungen von 2 SWS (2,5 CP). Modul I vermittelt Grundlagen, während Modul II vertiefende Angebote macht, die Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens und Reflektierens voraussetzen. Diese Gliederung vollzieht das Curriculum im BA Wirtschaftspsychologie durch die Module Sozial- und Kulturwissenschaften I und II nach. Darüber hinaus werden fachspezifische SuK-Lehrveranstaltungen angeboten.

Das Modul ist in zwei Teilmodule gegliedert: Die Pflichtveranstaltung „Sozialphilosophie“ und eine Wahlpflichtveranstaltung aus dem Bereich des SuK Begleitstudiums.

Modulbezeichnung	Sozial- und Kulturwissenschaften I
Code	161410
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Wahlpflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Leitung SuK Begleitstudium
Dozent(in)	Hauptamtlich Lehrende und Lehrbeauftragte des SuK-Begleitstudiums
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Je nach Veranstaltung optional Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation Prüfungsvoraussetzung: Präsenzpflcht im Seminar (gemäß Vorgaben der Dozierenden)
Sprache	Deutsch, Englisch

<p>Inhalt</p>	<p>Das Modul umfasst zwei Lehrveranstaltungen:</p> <p><u>I. Lehrveranstaltung: Sozialphilosophie</u></p> <p>Die Veranstaltung entwickelt ein vertieftes Verständnis der philosophischen Grundlagen und Problemstellungen in Hinblick auf die Konsequenzen wirtschaftspsychologischen Denkens, Beurteilens und Handelns. Es reflektiert dabei forschungsethische und sozialphilosophische Fragestellungen aus gesellschaftlicher und individueller Verantwortungsperspektive sowie grundlegende und handlungsleitende Fragen nach dem Gegenstandsfeld der Psychologie (Mensch, Geist, Wahrnehmung, Verhalten).</p> <p><u>II. Lehrveranstaltung: SuK Modul 1 (Wahlpflicht)</u></p> <p>Inhaltliche Themenfelder mit einer Vielzahl von Veranstaltungen, die für jedes Semester bedarfsorientiert entwickelt werden und nach einer Vorauswahl der Studiengangleitung Wirtschaftspsychologie von den Studierenden frei wählbar sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbeit, Beruf & Selbständigkeit (AB&S), - Kultur & Kommunikation (K&K), - Politik & Institutionen (P&I), - Wissensentwicklung & Innovation (W&I)
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Sozialphilosophie (Pflicht)</u></p> <p>Die Studierenden sollen die Grundpositionen und Fragestellungen der Sozialphilosophie im Kontext der Wirtschaftspsychologie, insbesondere vor dem Hintergrund eines umgreifenden Wandels des Menschen-, Gesellschafts- und Wissenschaftsbildes, kennen lernen.</p>

	<p>Analyse der Verantwortungsdimension wirtschaftspsychologischen Handelns Entwicklung von kritisch-reflexiven Kompetenzen durch die Kenntnis der aktuellen Forschungsprobleme im Bereich der Sozialphilosophie und der Forschungsethik der Psychologie.</p> <p><u>SuK Modul 1 Veranstaltungen (Wahlpflicht)</u></p> <p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden lernen die reflexive Auseinandersetzung zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie zu interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation aus fachübergreifender Perspektive kennen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage zur fachkundigen und kritischen Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage fachübergreifenden Kompetenzen mit den Kompetenzen mit ihrem originären Berufsfeld in Verbindung zu bringen.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium, 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen mit je 2 SWS
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine

Häufigkeit des Angebots	Sozialphilosophie: Nur im Wintersemester SuK Modul 1: Jedes Semester
Literatur	Je nach Veranstaltung

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Sozialphilosophie

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Sozialphilosophie
Code	161411
Modulbezeichnung	Sozial- und Kulturwissenschaften I
Dozent(in)	Jaromir Sykora, Prof. Dr. Nicola Erny, N.N.
Sprache	Deutsch
Prüfungsart	Referat/Kurzkommentar
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Sozialphilosophische Grundlagen und -fragen: Wirtschaftliche Leitbilder und Einstellungen (z.B. Individual- und Sozialethik; Diskussion des Homo Oeconomicus; Mensch, Kultur und Lebenswelt; Sozialkapital) - Wirtschaftspsychologie und die Natur des Menschen; Mensch und Arbeit; Schwerpunkte aktueller Diskussionen mit Bezug zur Wirtschaftspsychologie, z.B. Vertrauen, Anerkennung, Entfremdung, Modernisierung - Soziale Gerechtigkeit: Begriffsklärung, Grundorientierungen und Entwicklungen; anwendungsbezogene Perspektiven: z.B. Bildungs-, Gendergerechtigkeit, globale Gerechtigkeit, soziale Dilemmata usw.); - Forschungsethische Fragestellungen: z.B. Forschungsethik der Psychologie; Psychologische Arbeitslosenforschung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die sozialphilosophischen Grundlagen aus sowohl begrifflicher als auch anwendungsbezogener Perspektive im Bereich der Wirtschaftspsychologie sowie die forschungsethischen Dimensionen des Faches.</p>

	<p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können sozialphilosophische und forschungsethische Themen und Konfliktfälle analysieren und vor dem Hintergrund aktueller Konkretionen bewerten. Sie entwickeln Transferwissen und sind somit in der Lage, grundlegende Fragen der Sozialphilosophie fachbezogen anzuwenden.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden entwickeln Sensibilität für die Perspektiven der individuellen und gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme vor dem Hintergrund ihres Faches. Sie erlangen damit die Fähigkeit, ethisch-moralisch begründete Positionen zu entwickeln, argumentativ zu vertreten und kritisch zu hinterfragen.</p>
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Horster, Detlef 2011: Sozialphilosophie. Stuttgart</p> <p>Fuchs, M. (u.a.) (Hg.) 2010: Forschungsethik. Eine Einführung; Stuttgart/Weimar.</p> <p>Ebert, T. 2012: Soziale Gerechtigkeit in der Krise; Bonn.</p> <p>Hahn, H. 2009: Globale Gerechtigkeit. Eine philosophische Einführung; Frankfurt am Main.</p> <p>Seele, P./Pfleiderer, G. 2010: Wirtschaftsethik kontrovers. Positionen aus Theorie und Praxis; Zürich.</p> <p>Wilhelm Vossenkuhl 2009: Ecce homo. Menschenbild-Menschenbilder. Ethik im Diskurs 1; Stuttgart</p>

Modul 162110: Sozial- und Kommunikationspsychologie

Modulbezeichnung	Sozial- und Kommunikationspsychologie
Code	162110
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stefanie Winter
Dozent(in)	Prof. Dr. Stefanie Winter, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	<p>Prüfungsvorleistung: Konzeption und Durchführung eines Trainings mit Präsentations- und Interaktionsanteilen in Gruppenarbeit</p> <p>Prüfung: Klausur (90 Minuten)</p> <p>Training und Klausur gehen zu je 50% in die Gesamtnote ein, beide Teile müssen bestanden werden</p>
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Im Seminar werden folgende grundlegenden Inhalte aus dem Bereich der Sozial- und Kommunikationspsychologie vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationspsychologische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> - Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation - Axiome gelungener Kommunikation nach Watzlawick - Vier Seiten einer Nachricht nach Schulz von Thun - Konstruktion der sozialen Welt <ul style="list-style-type: none"> - Soziale Kognition - Soziale Wahrnehmung und Attributionsprozesse - Selbstkonzept - Kognitive Dissonanz - Einstellungen und Einstellungsänderungen - Soziale Interaktion und Verhalten in Gruppen <ul style="list-style-type: none"> - Konformität - Gruppenprozesse - Interpersonelle Attraktion

	<ul style="list-style-type: none"> - Prosoziales Verhalten - Aggressives Verhalten - Vorurteile - Praktische Konsequenzen der sozialen Einflussnahme - Psychologie des Überzeugens nach Cialdini <p>Darüber hinaus lernen die Studierenden, wie eine Trainingsveranstaltung in einem wirtschaftspsychologischen Kontext didaktisch sinnvoll konzipiert und durchgeführt wird.</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden haben ein Grundverständnis der Sozial- und Kommunikationspsychologie und ihrer Anwendungsgebiete innerhalb der Wirtschaftspsychologie erlangt. Sie kennen und verstehen die wesentlichen theoretischen Ansätze und empirischen Erkenntnisse der Sozial- und Kommunikationspsychologie. Ergänzend dazu haben die Studierenden grundlegende Erfahrungen mit der Konzeption und Durchführung eines Trainings erlangt.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können theoretische Ansätze und empirische Erkenntnisse der Sozial- und Kommunikationspsychologie auf praktische Anwendungsgebiete der Wirtschaftspsychologie übertragen und damit das Erleben und Verhalten von Menschen in einem sozialen und kommunikativen Kontext in der Wirtschaft auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse beschreiben und erklären sowie Annahmen über wahrscheinliche Folgen treffen. Die Studierenden können ein Training konzipieren und durchführen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, theoretische Ansätze und empirische Erkenntnisse der Sozial- und Kommunikationspsychologie sinnvoll zu verknüpfen, kritisch zu reflektieren und auf didaktisch sinnvolle Weise in Form eines Trainings an andere Personen vermitteln.</p>

Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminar/Übung (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium, 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Einführung in die Psychologie, Allgemeine Psychologie: Wahrnehmung und Neuropsychologie, Empirische Forschungsmethoden, Qualitative Methoden
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Literatur	Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. M. (2014). <i>Sozialpsychologie</i> . München: Pearson. Cialdini, R. B. (2013). <i>Die Psychologie des Überzeugens</i> . Bern: Huber. Schulz von Thun, F. (2011). <i>Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen</i> . Reinbek: rororo. Watzlawick, P., Beavin, J. H. & Jackson, D. D. (2011). <i>Menschliche Kommunikation</i> . Bern: Huber.

Modul 162120: Allg. Psych.: Motivation, Emotion und Lernen

Modulbezeichnung	Allg. Psych.: Motivation, Emotion und Lernen
Code	162120
Studiengang/ Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Johannes von Tiling
Dozent(in)	Dr. Johannes von Tiling, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Klausur (60 Minuten) (100% der Gesamtnote) Prüfungsvorleistung: mündliche Präsentation (20 Minuten, unbenotet) Beide Leistungen müssen bestanden sein.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Motivationspsychologie <ul style="list-style-type: none"> - Leistungsmotiv, Machtmotiv, Anschlussmotiv - Motivationstheorien - Motivationsdiagnostik - Motivation in der Personalpsychologie • Emotionspsychologie <ul style="list-style-type: none"> - Komponenten und Prozesse von Emotionen - Theorien der Emotionsentstehung - Stress und Stressbewältigung • Lernpsychologie <ul style="list-style-type: none"> - Theorien assoziativen und kognitiven Lernens - Lehr-Lern-Psychologie - Lernen in beruflicher Fort- und Weiterbildung

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die wichtigsten Konzepte und Erkenntnisse der Lern-, Emotions- und Motivationspsychologie. Sie überblicken deren Stand der Forschung, die theoretischen sowie methodischen Grundlagen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die Entstehung von Emotionen in wirtschaftspsychologischen Kontexten analysieren und Stressbewältigungstrainings mitgestalten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, individuelle Lern- und Motivationsprozesse im Arbeitsalltag zu analysieren und zu gestalten. Sie sind in der Lage, Maßnahmen zur Stressprävention und Stressbewältigung zu analysieren und zu initiieren.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Vorlesung / Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Einführung in die Psychologie Wahrnehmung und Neuropsychologie
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Literatur	<p>Bartholdt, L. & Schütz, A. (2010). Stress im Arbeitskontext. Weinheim: PVU.</p> <p>Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R.M., Lozo, L. (2013). Motivation und Emotion. Allgemeine Psychologie für Bachelor. Heidelberg: Springer.</p> <p>Schmidt-Atzert, L., Peper, M., & Stemmler, G. (2014). Emotionspsychologie. Stuttgart: Kohlhammer.</p>

	<p>Edelmann, W. & Wittmann, S. (2012). Lernpsychologie. Weinheim: Beltz-PVU.</p> <p>Kiesel, A. & Koch, I. (2012). Lernen. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Mazur, J. E. (2006). Lernen und Verhalten. München: Pearson.</p> <p>Rheinberg, F. & Vollmeyer, R. (2012). Motivation (8. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.</p>
--	--

Modul 162130: Diagnostik und differenzielle Psychologie

Modulbezeichnung	Diagnostik und differenzielle Psychologie
Code	162130
Studiengang/ Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Florian Röser
Dozent(in)	Dr. Florian Röser, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	7,5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten, 70% der Gesamtnote), Prüfungsvorleistung: Erstellen eines Gutachtens über einen psychologisch-diagnostischen Test inklusive Präsentation (30% der Gesamtnote).
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen, Methoden und Herangehensweisen der psychologischen Diagnostik - Testtheoretische Grundlagen diagnostischer Verfahren - Testkonstruktion und Testanwendung - Bewertung und Anwendung relevanter und aktueller diagnostischer Verfahren - Projektartiges Erstellen von Bewertungen diagnostischer Tests - Erlernen der Durchführung und Auswertung klassischer diagnostischer Tests. - Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie - Persönlichkeitsstrukturmodelle - Struktur- und Prozessmodelle der Intelligenz - Leistungs- und Eignungsdiagnostik im wirtschaftspsychologischen Kontext

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die testtheoretischen und methodischen Grundlagen der psychologischen Diagnostik. Sie wissen, wie Persönlichkeitsmerkmale wie z.B. die Intelligenz gemessen werden und welche diagnostischen Verfahren häufig im wirtschaftspsychologischen Kontext angewendet werden.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können psychometrische Testverfahren beurteilen, anwenden und auswerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, bei konkreten psychodiagnostischen Fragestellungen eigenständig geeignete Methoden zu deren Bearbeitung auszuwählen und anzuwenden.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen und Projektelementen (6 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	225 h Arbeitsaufwand, 90 h Präsenz, 135 h Selbststudium/ 7,5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Einführung in die Psychologie, Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie, Empirische Forschungsmethoden
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Asendorpf, J. B. & Neyer, F. (2012). <i>Psychologie der Persönlichkeit</i>. Berlin: Springer.</p>

	<p>Krumm, S. & Schmidt-Atzert, L. (2009). <i>Leistungstests im Personalmanagement</i>. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Kubinger, K. & Ortner, T. (Hrsg.) (2010). <i>Psychologische Diagnostik in Fallbeispielen</i>. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 1. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. 4. Aufl., Berlin: Springer.</p> <p>Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 2. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. 4. Aufl., Berlin: Springer.</p> <p>Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Schuler, H. & Kanning, U. (Hrsg.) (2014). <i>Lehrbuch der Personalpsychologie</i>. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Ziegler, M. & Bühner, M. (2012). <i>Grundlagen der Psychologischen Diagnostik</i>. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
--	---

Modul 162210: Quantitative Methoden I

Modulbezeichnung	Quantitative Methoden I
Code	162210
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jutta Groos
Dozent(in)	Prof. Dr. Jutta Groos, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten) Gewichtung: 50% Prüfungsvorleistung, 50% Prüfungsleistung
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kurzwiederholung / Ergänzung deskriptive Statistik: Skalenniveau, Maße der zentralen Tendenz, Verteilungsmaße, Diagramme, Missing-Data, Samplesize, Odds-Ratio, Risk-Ratio (dazu jeweils Einsatzgebiete, Voraussetzungen und Berechnung mit Hilfe einer Statistik-Software, z.B. SPSS) - Inferenzstatistik: Wahrscheinlichkeitsverteilungen, Dichtefunktionen, Hypothesentesten, Kovarianz, Korrelation, Regression, Varianzanalyse, Effektstärke, Kontingenztabellen, Grafische Methoden (dazu jeweils Einsatzgebiete, Voraussetzungen und Berechnung mit Hilfe einer Statistik-Software, z.B. SPSS)

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden lernen die Grundlagen der Statistik kennen und deren konkreten Bezug zur Empirischen Arbeit in der Wirtschaftspsychologie.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage für unterschiedliche einfache Fragestellungen angemessene statistische Verfahren auszuwählen, deren Prinzipien und Voraussetzungen zu beurteilen und zu verstehen, soweit möglich, sie manuell durchzuführen, sowie entsprechende Analysen mit Hilfe einer Statistik-Software (z.B. SPSS) zu realisieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden erwerben eine grundlegende Ausbildung in statistischen Methoden, die eine quantitative Analyse praktischer Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie ermöglichen. Sie können die grundlegenden Ergebnisse (Output) einer Statistik Software interpretieren und inhaltlich nachvollziehen.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse)
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul Quantitative Methoden 1 wird in einer Veranstaltung, bestehend aus einer Vorlesung mit 2 SWS und einer Übung mit 2 SWS angeboten.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul Empirische Forschungsmethoden
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester

Literatur	<p>Benninghaus, Hans. (2007): Deskriptive Statistik. Eine Einführung für Sozialwissenschaftler, 11. Auflage. VS Verlag.</p> <p>Bortz, Jürgen. & Schuster, Christof. (2010). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. Springer.</p> <p>Field, Andy (2013): Discovering Statistics Using IBM SPSS statistics, 4th edition. Sage.</p> <p>Rasch, Björn/Friese, Malte/Hofmann, Wilhelm & Naumann, Ewald (2010): Quantitative Methoden 1. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Springer.</p> <p>Sahner, Heinz (2008): Schließende Statistik. Eine Einführung für Sozialwissenschaftler, 7. Auflage. VS Verlag.</p>
-----------	--

Modul 162310: Wirtschaftliche Grundlagen II

Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen II
Code	162310
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Döring
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	2,5 CP
Prüfungsart	1 Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Grundlagen II</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen von grundlegenden makroökonomischen Messkonzepten (Konzept und Berechnung des Bruttoinlandsprodukts, Konzept und Berechnung des Preisindex der Lebenshaltungskosten etc.) - Analyse von Bestimmungsfaktoren der realwirtschaftlichen Entwicklung in Form des wirtschaftlichen Wachstums einschließlich der Analyse von Formen und Ursachen langfristiger Arbeitslosigkeit - Kennenlernen von grundlegenden Funktionen und Institutionen des monetären Sektors einschließlich der Ursachen und volkswirtschaftlichen Wirkungen von Inflation - Analyse von kurzfristigen Schwankungen im Wirtschaftsablauf (Konjunkturzyklen), damit verbundenen Auswirkungen auf das Beschäftigungsniveau sowie Möglichkeiten der Gegensteuerung durch Geld- und Fiskalpolitik

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen gesamtwirtschaftliche Strukturen und Prozesse einschließlich der sie kennzeichnenden Aggregatsgrößen (Wirtschaftswachstum, Preisniveau, Beschäftigungsniveau etc.).</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können gesamtwirtschaftliche Phänomene (Arbeitslosigkeit, Inflation, Konjunkturschwankungen etc.) makroökonomisch analysieren und hinsichtlich ihrer wirtschaftspolitischen Implikationen beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, dass makroökonomisch komplexe Geschehen im realwirtschaftlichen wie im monetären Teil einer Volkswirtschaft nachzuvollziehen und hinsichtlich seiner Bestimmungsfaktoren und „Gesetzmäßigkeiten“ zu analysieren. Sie können zudem geld- und fiskalpolitische Schlussfolgerungen aus dem Zusammenspiel von realwirtschaftlichen und monetären Teil einer Volkswirtschaft ableiten.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes (Basic level course)
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Einführung in die Volkswirtschaftslehre II: Grundlagen der Makroökonomik
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul Wirtschaftliche Grundlagen I
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester

Literatur	Mankiw, N.G., Taylor, M.P (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel. Blanchard, O. / Illing, G. (2009). Makroökonomik. 5. Auflage, Pearson.
-----------	---

Lehrveranstaltungsbeschreibung Einführung in die Volkswirtschaftslehre II

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Einführung in die Volkswirtschaftslehre II – Grundlagen der Makroökonomik
Code	162311
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen II
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, N.N.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen von grundlegenden makroökonomischen Messkonzepten (Konzept und Berechnung des Bruttoinlandsprodukts, Konzept und Berechnung des Preisindex der Lebenshaltungskosten etc.) - Analyse von Bestimmungsfaktoren der realwirtschaftlichen Entwicklung in Form des wirtschaftlichen Wachstums einschließlich der Analyse von Formen und Ursachen langfristiger Arbeitslosigkeit - Kennenlernen von grundlegenden Funktionen und Institutionen des monetären Sektors einschließlich der Ursachen und ökonomischen Wirkungen von Inflation - Analyse von kurzfristigen Schwankungen im Wirtschaftsablauf (Konjunkturzyklen), damit verbundenen Auswirkungen auf das Beschäftigungsniveau sowie Möglichkeiten der Gegensteuerung durch Geld- und Fiskalpolitik
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen gesamtwirtschaftliche Strukturen und Prozesse einschließlich der sie kennzeichnenden Aggregatsgrößen (Wirtschaftswachstum, Preisniveau, Beschäftigungsniveau etc.).</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können gesamtwirtschaftliche Phänomene (Arbeitslosigkeit, Inflation, Konjunkturschwankungen etc.) makroökonomisch analysieren und hinsichtlich ihrer wirtschaftspolitischen Implikationen beurteilen.</p>

	<p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, dass makroökonomisch komplexe Geschehen im realwirtschaftlichen wie im monetären Teil einer Volkswirtschaft nachzuvollziehen und hinsichtlich seiner Bestimmungsfaktoren und „Gesetzmäßigkeiten“ zu analysieren. Sie können zudem geld- und fiskalpolitische Schlussfolgerungen aus dem Zusammenspiel von realwirtschaftlichen und monetären Teil einer Volkswirtschaft ableiten.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Mankiw, N.G., Taylor, M.P (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Blanchard, O. / Illing, G. (2009). Makroökonomik. 5. Auflage, Pearson.</p>

Modul 162410: Sozial- und Kulturwissenschaften II

Vorbemerkung: siehe Sozial- und Kulturwissenschaften I. Beispiele von Sozial- und Kulturwissenschaften-II-Veranstaltungen sind: Existenzgründung und Unternehmensentwicklung, Organisationssoziologie: Teammanagement, Umweltstrafrecht in der Praxis, VWL II: Makroökonomik, Mobilitätswende, Hintergründe und Folgen der Energiewende.

Modulbezeichnung	Sozial- und Kulturwissenschaften II
Code	162410
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Wahlpflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Leitung des SuK Begleitstudiums
Dozent(in)	Hauptamtlich Lehrende und Lehrbeauftragte des SuK Begleitstudiums
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Je nach Veranstaltung optional Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation; die Form der Prüfung ist Veranstaltungsabhängig und wird bei Ankündigung der Veranstaltung bekanntgegeben
Sprache	Deutsch, Englisch
Inhalt	<p>Das Modul umfasst zwei Lehrveranstaltungen:</p> <p><u>I. Lehrveranstaltung: Wissenschaftstheorie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Wissenschaftstheorie und Geschichte der Sozialwissenschaften, insbesondere der Psychologie: - Grundfragen der Wissenschaftstheorie und die Frage: Was ist „Psychologie“? - Begriffe und Methoden der Wissenschaftstheorie - Wissenschaftstheoretische Positionen zum psychologischen Wissen: Rationalismus,

	<p>Empirismus, Realismus, Konstruktivismus, Instrumentalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Theorien der Wissenschaftsgeschichte - Geschichte der Psychologie - Das Leib-Seele-Problem, Monismus, Dualismus, Pluralismus - Schulen der Psychologie: Elektrophysiologie, Psychophysik, Phänomenologie, Behaviorismus, kognitivistische Wende, Konnektionismus, u.a. - Psychologie als Naturwissenschaft? – Der Positivismusvorwurf und die Kritische Psychologie - Wissenschaftstheorie und Ethik <p><u>II. Lehrveranstaltung: SuK Modul 2 Veranstaltung (Wahlpflicht)</u></p> <p>Die Lehrveranstaltungen von SuK-II greifen aktuelle und relevante Fragestellungen aus dem beruflichen und gesellschaftlichen Umfeld der künftigen Absolventen auf und vermitteln den Studierenden die Fähigkeit, das Handeln von Akteuren in Organisationen und Gesellschaft und deren jeweiligen institutionellen Kontext besser zu verstehen. Dies erlaubt u.a. Anreiz- und Hemmnisstrukturen, aber auch Prozesse und Entscheidungssituationen aus der Perspektive anderer Disziplinen einzuordnen und mit diesen zu kommunizieren. Angeboten wird eine Vielzahl von Veranstaltungen, die für jedes Semester bedarfsorientiert entwickelt werden und nach einer Vorauswahl der Studiengangsleitung Wirtschaftspsychologie von den Studierenden frei wählbar sind. Verglichen zu SuK-I-Modulen vertiefen die SuK-II-Veranstaltungen das Orientierungs- und Methodenwissen in anderen Disziplinen und sensibilisieren für die Pluralität innerhalb der gelehrten Disziplinen.</p>
--	---

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Wissenschaftstheorie (Pflicht)</u></p> <p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden lernen die Grundpositionen und die methodischen Grundlagen der Wissenschaftstheorie und Geschichte der Psychologie kennen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien.</p> <p><u>Fähigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftstheoretische und wissenschaftsgeschichtliche Strömungen, Epochen, Fragestellungen und Problempunkte adäquat zu identifizieren und zu reflektieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden erlernen ein methodisches Vorgehen und Kompetenzen im Hinblick auf eine praktische Anwendung im psychologischen Kontext. Sie erlernen zentrale Schlussformen induktiven und deduktiven Schließens.</p> <p><u>SuK Modul 2 Veranstaltung (Wahlpflicht)</u></p> <p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden lernen die reflexive Auseinandersetzung mit zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie mit interdisziplinärer Kooperation und interkultureller Kommunikation aus fachübergreifender Perspektive kennen. Verglichen zu SuK-I Veranstaltungen werden vertiefte Diskussionen aus der Perspektive anderer Disziplinen und deren spezifischer Pluralität diskutiert.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, eine fachkundige und kritische Auseinandersetzung mit den eigenen beruflichen Aufgaben und Fachgebiet im gesamtgesellschaftlichen Kontext aus dem vertieften Blickwinkel unterschiedlicher Disziplinen vorzunehmen.</p>
---	--

	<u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, fachübergreifende Kompetenzen mit den Kompetenzen mit ihrem originären Berufsfeld in Verbindung zu bringen.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse und reflexiven Auseinandersetzung mit einem Gebiet)
Lehrform/SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen mit je 2 SWS
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Sozial- und Kulturwissenschaften I
Häufigkeit des Angebots	Wissenschaftstheorie: Nur im Sommersemester SuK Modul 2: Jedes Semester
Literatur	Je nach Veranstaltung

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Wissenschaftstheorie

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Wissenschaftstheorie
Code	162410
Modulbezeichnung	Sozial- und Kulturwissenschaften II
Dozent(in)	Prof. Dr. Dr. Kai Schuster, Prof. Dr. Jan Cornelius Schmidt, N.N.
Prüfungsart	Klausur (60 Minuten) Prüfungsvoraussetzung: Präsenzplicht im Seminar (gemäß Vorgaben der Dozierenden)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Einführung in die Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaften, insbesondere der Psychologie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundfragen der Wissenschaftstheorie und die Frage: Was ist „Psychologie“? - Begriffe und Methoden der Wissenschaftstheorie - Wissenschaftstheoretische Positionen zum psychologischen Wissen: Rationalismus, Empirismus, Realismus, Idealismus, Konstruktivismus, Instrumentalismus - Wissenschaftsgeschichte, Wissenschaftstheorie, Theorien der Wissenschaftsgeschichte - Geschichte der Psychologie - Das Leib-Seele-Problem, Monismus, Dualismus, Pluralismus - Schulen der Psychologie: Elektrophysiologie, Psychophysik, Phänomenologie, Behaviorismus, kognitivistische Wende, Konnektionismus, u.a. - Psychologie als Naturwissenschaft? – Der Positivismusvorwurf und die Kritische Psychologie - Wissenschaftstheorie und Ethik

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> - ein identitätsbildendes Verständnis von „Psychologie“ bzw. „Wirtschaftspsychologie“ herausbilden; - Grundkenntnisse der angewandten Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaften, insbesondere der Psychologie, in inhaltlicher und methodischer Hinsicht erlangen; - ein vertieftes Verständnis von „Psychologie“ als empirische wie als theoretische Wissenschaft gewinnen; - wissenschaftstheoretische Methoden einüben und anhand von Fallbeispielen anwenden lernen. - Kompetenzen in der Analyse, Beurteilung und Kritik psychologischer Zugänge, Methoden, Theorien und Aussagen und ihrer normativen Prämissen erlangen.
Lehrform/SWS	Vorlesung mit seminaristischen Elementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Anteil Präsenzzeit	2 SWS
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	Über die Klausurvorbereitung sowie die Präsenzpflcht im Seminar hinaus keine zusätzliche Zeitinvestition
Literatur	<p>Gadenne, V., 2004: Philosophie der Psychologie. Bern</p> <p>Galliker, M., Klein, M., Rykart, S. (HG.), 2007: Meilensteine der Psychologie. Die Geschichte der Psychologie nach Personen, Werk und Wirkung; Kröner, Stuttgart</p> <p>Hecht, H., Desnizza, W., 2012: Psychologie als empirische Wissenschaft. Essentielle wissenschaftstheoretische und historische Grundlagen; Heidelberg/Berlin</p> <p>Herzog, W., 2012: Wissenschaftstheoretische Grundlagen der Psychologie; Wiesbaden</p> <p>Lück, H.E., 2013: Geschichte der Psychologie (6.Aufl.), Kohlhammer; Stuttgart</p>

	Poser, H., 2001: Wissenschaftstheorie, Eine philosophische Einführung; Reclam, Stuttgart
--	--

Modul 163110: Allg. Psych.: Denken und Entscheiden

Modulbezeichnung	Allg. Psych.: Denken und Entscheiden
Code	163110
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Hanss
Dozent(in)	Prof. Dr. Daniel Hanss, ggf. weitere (externe) Dozenten/innen, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Studienarbeit oder Klausur (90 Minuten); optional Übungsaufgaben (gemäß Ankündigung der Dozenten/innen), die zu 50% auf die Gesamtnote angerechnet werden können
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Kernthemen der Psychologie des Urteilens und Entscheidens, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Urteilsregeln - Kognitive Täuschungen - Entscheidungsprobleme - Nutzen und Präferenz - Entscheidungen unter Risiko - Soziale Bedingtheit von Entscheidungen • Forschungsparadigmen und Methoden der Psychologie des Urteilens und Entscheidens
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen Kernthemen der Psychologie des Urteilens und Entscheidens. Sie sind darüber hinaus mit relevanten theoretischen und methodischen Ansätzen sowie Beispielen einschlägiger Forschungsarbeiten vertraut.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Urteils- und</p>

	<p>Entscheidungsprozesse unter verschiedenen Gesichtspunkten analysieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, Normen, Theorien und empirische Befunde zur Bewertung von Urteils- und Entscheidungsprozessen in verschiedenen Anwendungsfeldern und Bereichen des Alltags zu nutzen.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminar (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module in den Fachsemestern 1 und 2
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Betsch, T., Funke, J., & Plessner, H.: <i>Denken – Urteilen, Entscheiden, Problemlösen</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Jungermann, H., Pfister, H.-R., & Fischer, F.: <i>Die Psychologie der Entscheidung. Eine Einführung</i>. Heidelberg: Spektrum.</p> <p>Kahneman, D.: <i>Schnelles Denken, langsames Denken</i>. München: Siedler Verlag.</p> <p>Gigerenzer, G., & Kober, H.: <i>Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft</i>. München: Bertelsmann.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Modul 163210: Quantitative Methoden II

Modulbezeichnung	Quantitative Methoden II
Code	163210
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jutta Groos
Dozent(in)	Prof. Dr. Jutta Groos, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung Prüfungsleistung: Klausur (90 Minuten) Gewichtung: 50% Prüfungsvorleistung, 50% Prüfungsleistung
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Multiple lineare Regression (OLS-Regression) mit Testung der BLUE-Annahmen - ANCOVA - Cox-Regression - Kaplan-Meyer Verfahren - Logistische Regression - Analyse von Rang- und Nominaldaten - Faktorenanalyse mit Reliabilitätsanalyse - Clusteranalysen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>Die Studierenden festigen, vertiefen und erweitern den Stand ihrer Kenntnisse der statistischen Methoden der Wirtschaftspsychologie. Sie lernen die große Bedeutung reproduzierbarer Ergebnisse für wissenschaftliche Vorgehensweise wie erfolgreiche Praxis kennen. Die Studierenden erhalten ausreichende Hinweise zum Selbstlernen.</p>

	<p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden erweitern das Spektrum unterschiedlicher Fragestellungen der Psychologie, zu deren erfolgreicher Beantwortung sie gute und geeignete statistische Verfahren auswählen können, deren Prinzipien und Voraussetzungen sie grundsätzlich verstehen und beurteilen können. Sie können passende Analysen mit Hilfe einer Statistik-Software (z.B. SPSS) durchführen und können die Ergebnisse sachgerecht beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden erwerben das grundlegende Rüstzeug des empirischen Arbeitens bei wirtschaftspsychologischen Fragestellungen mit multivariaten Zusammenhängen. Sie vertiefen ihre Kompetenz in der Handhabung statistischer Software (z.B. SPSS) und erhöhen ihre Selbständigkeit bei Analyse, Interpretation und Präsentation psychologischer Studien.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse)
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS) Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul Quantitative Methoden 2 wird in einer Veranstaltung, bestehend aus einer Vorlesung mit 2 SWS und einer Übung mit 2 SWS angeboten.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul Quantitative Methoden I
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	Backhaus/Erichson/Plinke/Weiber (2011). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer.

	<p>Bortz, J. & Schuster, C. (2010). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. Springer.</p> <p>Bühl, Achim (2011): SPSS 20. Einführung in die moderne Datenanalyse. München: Pearson.</p> <p>Field, Andy (2013): Discovering Statistics Using IBM SPSS statistics, 4th edition. London_ Sage.</p> <p>Rasch/Friese/Hofmann/Naumann (2010). Quantitative Methoden 1+2. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Springer.</p> <p>Urban, Dieter & Mayerl, Jochen (2011): Regressionsanalyse. Theorie, Technik und Anwendung, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.</p>
--	---

Modul 163220 Empirisches Forschungspraktikum

Modulbezeichnung	Empirisches Forschungspraktikum
Code	163220
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie, (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Florian Röser
Dozent(in)	Dr. Florian Röser, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	7,5 CP
Prüfungsart	Prüfungsleistung: Planen, Konzipieren, Durchführen und Auswerten eines psychologisch-empirischen Experimentes sowie das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit zu diesem Experiment (100% der Gesamtnote) Prüfungsvorleistung: Ableisten von 30 Versuchspersonenstunden (unbenotet)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Planen, Konzipieren, Durchführen und Auswerten eines psychologisch-empirischen Experimentes <ul style="list-style-type: none"> - Relevante Merkmale psychologischer Experimentalplanung - Relevante Aspekte psychologischer Experimentaldurchführung - Anwendung der gelernten statistischen Verfahren zur Auswertung empirischer Daten - Wissenschaftlich-ethischer Umgang mit Probandendaten - Erstellen einer empirisch-wissenschaftlichen Arbeit in der Psychologie <ul style="list-style-type: none"> - Literaturrecherche zu aktuellen Themen - Inhalt und Aufbau einer empirischen Arbeit - Umgang mit statistischen Kennwerten / Literatur / Quellen

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie das selbständige Planen, Konzipieren, Durchführen und Auswerten eines einfachen psychologischen Experimentes funktioniert. Sie wissen, wie man eine psychologisch-empirischen Arbeit verfasst (Aufbau, relevante Inhalte, formale Kriterien).</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die empirisch-wissenschaftlichen Grundlagen praktisch anwenden und auf ein neues Forschungsfeld übertragen. Sie können eine empirisch-wissenschaftliche Arbeit nach gängigen Standards verfassen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden und Vorgehensweisen anzuwenden und auf neue und auch anwendungsbezogene Bereiche zu übertragen. Sie können empirisch-psychologische Inhalte anwenden und kritisch reflektieren.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse)
Lehrform/SWS	Vorlesung (1 SWS) Seminar (3 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	225 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 165 h Selbststudium/ 7,5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul Empirisches Forschungspraktikum wird in einer Veranstaltung, bestehend aus einer Vorlesung mit 1 SWS und einem Seminar mit 3 SWS angeboten.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Einführung in die Psychologie, Empirische Forschungsmethoden, Qualitative Methoden, Quantitative Methoden I

Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Selbst recherchierte Literatur zu den einzelnen Experimenten</p> <p>Empfohlene Literatur:</p> <p>American Psychological Association (2010). <i>Publication Manual of the American Psychological Association</i> (6. Auflage). Washington, DC: American Psychological Association.</p> <p>Bortz, J. & Schuster, C. (2010). <i>Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Deutsche Gesellschaft für Psychologie (2007). <i>Richtlinien zur Manuskriptgestaltung</i> (3. überarbeitete und erweiterte Auflage). Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Field, A. (2016). <i>An Adventure in Statistics: The Reality Enigma</i>. Los Angeles: SAGE.</p> <p>Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 1. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. 4. Aufl., Berlin: Springer.</p> <p>Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 2. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. 4. Aufl., Berlin: Springer.</p> <p>Karmasin, M. & Ribing, R. (2012). <i>Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten</i> (7. aktualisierte Auflage). Wien: UTB.</p> <p>Kornmeier, M. (2012). <i>Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation</i>. Bern: Haupt UTB.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Modul 163310: Wirtschaftliche Vertiefung

Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Vertiefung
Code	163310
Sudiengatng/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie, (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Carsten Wirth
Dozent(in)	Prof. Dr. Carsten Wirth/N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: Gruppenhausarbeit Prüfungsleistung: Klausur (60 Minuten) Gruppenhausarbeit und Klausur gehen zu je 50 % in die Gesamtnote ein, beide Teile müssen bestanden werden.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation und Personal - Zum Begriff der Organisation - Aufbau- und Ablauforganisation, Arbeitsorganisation, Netzwerkorganisation - (in-) formelle Organisation - Ausgewählte Organisationstheorien und ihre Anwendung auf praktische Fragen - Gegenstände des Personalmanagements - Strategisches Management und Personalmanagement - Ausgewählte Aspekte des Personalmanagements (z.B. Personalbeschaffung) - Mitbestimmungspraxis und Personalmanagement - Marketing - Grundzüge des Marketings

	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing-Strategie - Marketing-Mix - Buchhaltung, Jahresabschluss, Kosten-Leistungsrechnung, Controlling - Überblick über das betriebliche Rechnungswesen - Grundlagen der Buchführung - Jahresabschluss und seine Analyse - Kostenstellen-, Kostenarten- und Kostenträgerrechnung - Betriebsabrechnungsbogen - Controllingverständnisse - Controlling-Instrumente (z.B. target costing, zero-based budgeting) - Grundlagen der Finanzierung
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden kennen zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe und können sich in Organisationen mit betriebswirtschaftlich Verantwortlichen verständigen und auseinandersetzen.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung (2 SWS) Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des Moduls Wirtschaftliche Grundlagen I
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	Schreyögg, G./Koch, J. (2014): Grundlagen des Managements. 3. Aufl. Wiesbaden. Oechsler, W. A./Paul, C. (2015): Personal und Arbeit. 10. Aufl. Berlin etc.

	<p>Wöhe, G. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Aufl. München sowie aktuelle Zeitschriftenbeiträge.</p>
--	--

Modul 163320: Rechtliche Grundlagen

Modulbezeichnung	Rechtliche Grundlagen
Code	163320
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Ass. jur. Jan Hansen
Dozent(in)	Ass. jur. Jan Hansen, N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	2,5 CP
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten), keine Prüfungsvorleistungen
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Recht - Zivilrecht, Strafrecht - Öffentliches Recht - Rechtsdurchsetzung - Recht des e-Commerce - Datenschutzrecht I - Grundlagen des Geistigen Eigentums
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen des deutschen Rechts und der Unterteilung der Rechtsgebiete Öffentliches Recht, Strafrecht und Zivilrecht. Sie wissen um die Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung bei Verstößen im Zivilrecht und Strafrecht. Sie kennen darüber hinaus die Grundlagen des Datenschutzrechts, des Geistigen Eigentums und des Rechts des E-Commerce insbesondere in den für Internetauftritte und Marketingmaßnahmen im digitalen Umfeld relevanten Bereichen.</p>

	<p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können einschätzen, in welchem rechtlichen Rahmen sich Informationen über Kunden erheben und in Kommunikationsmaßnahmen umsetzen lassen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, konkrete Praxissituationen und Handlungsvorgaben der Wirtschaftspsychologie hinsichtlich ihrer rechtlichen Umsetzbarkeit einzuschätzen, etwa hinsichtlich der datenschutzrechtlichen Zulässigkeit oder der Gefahr einer Abmahnung aufgrund von Verstößen gegen Rechte des geistigen Eigentums oder des Wettbewerbsrechts.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	<p>Rechtliche Grundlagen I</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Funktion des deutschen Rechts, Struktur und Inhalte des europäischen Rechtsrahmen - Abgrenzung und Struktur von Öffentlichem Recht, Strafrecht und Zivilrecht - Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung (Schwerpunkt Zivilrecht) <p>Rechtliche Grundlagen II</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Vertragsrechts, Verbraucherschutzrecht mit Schwerpunkt im Recht des E-Commerce (Fernabsatzrecht, Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs) und des Wettbewerbsrechts. - Datenschutzrecht I (Einführung in den Datenschutz, grundgesetzliche Grundlagen, BDSG, spezialgesetzliche Verankerungen (u.a. TMG), System des Verbots mit Erlaubnisvorbehalt. - Grundlagen des Geistigen Eigentums

	(Urheberrecht, Markenrecht, Entstehung, Inhaberschaft und Schranken des Eigentums), Lizenzvertragsrecht, Rechtsdurchsetzung.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	Wird in der LV mitgeteilt

Modul 163410: Sprachen

Modulbezeichnung	Sprachen
Code	163410
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortliche(r)	Leitung des Sprachenzentrums, Wenzel Stammnitz-Kim (Koordination)
Dozent(in)	Hauptamtliche Lehrende und Lehrbeauftragte des Sprachenzentrums
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Jeweils Klausur (90 Minuten) und mündliche Prüfung oder Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung nach Maßgabe des Dozenten/der Dozentin (genaue Prüfungsform wird zu Beginn der Veranstaltung festgelegt). Die regelmäßige Anwesenheit ist in den Sprachveranstaltungen erforderlich. Voraussetzung für die Klausurberechtigung ist die aktive Teilnahme an mindestens 75% der UE.
Sprache	Englisch und die entsprechende Fremdsprache
Inhalt	Das Modul umfasst zwei hochschulspezifische Lehrveranstaltungen: <u>Wissenschaftsenglisch für Wirtschaftspsychologie (Pflicht):</u> In kommunikationsbezogenen Übungseinheiten werden wissenschaftliche und fachspezifische Themen bearbeitet, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> - Branches of Psychology - Topics in Business Psychology - Organizational Behavior - Research Methods in Psychology - Consumer Psychology - Professional Correspondence - Participating in a Discussion

	<p>Übungen zu Grammatikthemen mit Relevanz für wissenschaftliche und fachspezifische Themen sowie Ausbau des Fachwortschatzes sind ebenfalls zentraler Bestandteil des Teilmoduls.</p> <p><u>Zweite Fremdsprache (Wahlpflicht):</u> Alle im Sprachenzentrum angebotenen Sprachen Fremdsprachen und Interkulturellen Kommunikationstrainings. In kommunikationsbezogenen Übungseinheiten werden die Kompetenzen der Studierenden gefestigt und erweitert. Genauere Inhalte werden zu Beginn der Lehrveranstaltung festgelegt.</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Wissenschaftsenglisch (Pflicht):</u></p> <p>Nach Abschluss des Teilmoduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Studierenden wichtige wissenschaftssprachliche Stilmittel und Strukturmerkmale und sind in der Lage, wissenschaftliche Texte ihres Fachgebiets zu verstehen und selbst zu verfassen; • sind die Studierenden mit zentralen wirtschaftspsychologischen Wortfeldern vertraut; • sind die Studierenden in der Lage, die erworbenen Kenntnisse im fachspezifischen professionellen und akademischen Umfeld anzuwenden; • können die Studierenden sich auf dem Niveau B2 nach GeR an Diskussionen beteiligen und aktiv am wissenschaftlichen Diskurs teilnehmen. <p><u>Zweite Fremdsprache (Wahlpflicht):</u></p> <p>Nach Abschluss des Teilmoduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • haben die Studierenden interkulturelle und sprachliche Kompetenzen auf der vorgegebenen Niveaustufe der ausgewählten Lehrveranstaltung in Englisch bzw. der 2. Fremdsprachen erworben;

	<ul style="list-style-type: none"> • sind die Studierenden in der Lage, diese Kompetenzen in konkreten Kommunikationssituationen anzuwenden; • können die Studierenden dem Kursniveau entsprechend adäquat und unter Berücksichtigung der interkulturellen Erfordernisse kommunizieren.
Niveaustufe / Level	<p><u>Wissenschaftsenglisch:</u> Niveau B2 gemäß dem GeR</p> <p><u>Zweite Fremdsprache:</u> Französisch/Spanisch: ab Niveau A2 Englisch: ab Niveau B2 Deutsch als Fremdsprache: Niveau C2 Alle anderen Fremdsprachen: ab Niveau A1 (je nach Vorkenntnissen)</p>
Lehrform/SWS	Übung (2 x 2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei hochschulspezifische Lehrveranstaltungen mit je 2,5 CPs
Notwendige Voraussetzungen	<p><u>Wissenschaftsenglisch:</u> Sprachkenntnisse auf Niveau B2 gemäß dem GeR . Die Vorkenntnisse müssen nachgewiesen bzw. ein Einstufungstest abgelegt werden.</p> <p><u>Zweite Fremdsprache:</u> Für alle Fremdsprachen (inkl. Englisch) gilt folgende Regelung: Für die Teilnahme an Sprachkursen für Anfänger/innen ohne Vorkenntnisse ist keine Voraussetzung vorgegeben. Für alle anderen Niveaustufen müssen die Vorkenntnisse nachgewiesen bzw. ein Einstufungstest abgelegt werden.</p> <p>Scheinvergabe gemäß Sprachenzentrumsregelung.</p> <p>Die regelmäßige Anwesenheit ist in den Sprachveranstaltungen erforderlich. Voraussetzung für die</p>

	Klausurberechtigung ist die aktive Teilnahme an mindestens 75% der UE.
Empfohlene Voraussetzungen	Siehe notwendige Voraussetzungen
Häufigkeit des Angebots	<u>Wissenschaftsenglisch:</u> Nur im Wintersemester <u>Zweite Fremdsprache:</u> Gemäß Veranstaltungskatalog des Sprachenzentrums
Literatur	Je nach Fremdsprache.

Lehrveranstaltungsbeschreibung Wissenschaftsenglisch

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Wissenschaftsenglisch für Wirtschaftspsychologie
Code	163411
Modulbezeichnung	Sprachen
Dozent(in)	Hauptamtliche Lehrende und Lehrbeauftragte des Sprachenzentrums
Sprache	Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Hören: Detailliertes Verstehen von komplexen Hörtexten und Gesprächen zu fachspezifischen und wissenschaftlichen Themen - Lesen: selbständiges Verstehen anspruchsvoller Texte - Sprechen: Flüssiges Sprechen, aktive und spontane Beteiligung an Diskussionen - Schreiben: Differenzierte Texte über Fachthemen, wie Berichte, Zusammenfassungen, etc. sowie anspruchsvolle Fachkorrespondenz, detaillierte Gesprächsnotizen - Übungen zu Grammatikthemen, die die wichtigsten Aspekte des Wissenschaftsgebiets abdecken, sowie Ausbau des Fachwortschatzes
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Ziel dieses Moduls ist es, dass die Teilnehmer wissenschaftliche Texte ihres Fachgebiets verstehen und selbst verfassen können. Außerdem sollen sie sich an Diskussionen beteiligen und am wissenschaftlichen Diskurs mit auch muttersprachlichen Fachkollegen aktiv teilnehmen können. Dies entspricht der Stufe B2 (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen / GER).
Lehrform/SWS	Vortrag, Unterrichtung, Lehrgespräch, Selbststudium, Gruppenarbeit, Einzelarbeit (max. 20 Teilnehmer) (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Lehrwerke und Literatur werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Lehrveranstaltungsbeschreibung Zweite Fremdsprache

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Zweite Fremdsprache
Code	Je nach Auswahl
Modulbezeichnung	Sprachen
Dozent(in)	Hauptamtliche Lehrende und Lehrbeauftragte des Sprachenzentrums
Sprache	Je nach Auswahl
Inhalt	In kommunikationsbezogenen Übungseinheiten werden die Kompetenzen der Studierenden gefestigt und erweitert.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Das Teilmodul ermöglicht den Erwerb und Festigung von Kenntnissen der jeweiligen Sprache im beruflichen Kontext. Die Kompetenzen werden jeweils für alle vier sprachlichen Modalitäten erworben: Sprechen, Leseverstehen, Schreiben und Hörverstehen.
Lehrform/SWS	Vortrag, Unterrichtung, Lehrgespräch, Selbststudium, Gruppenarbeit, Einzelarbeit (max. 25 Teilnehmer) (2 oder 4 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Lehrwerke und Literatur werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Modul 164110: Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie

Modulbezeichnung	Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie
Code	164110
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Arbeit, Personal und Organisation)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniela Lohaus,
Dozent(in)	Prof. Dr. Daniela Lohaus, N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Studienarbeit oder Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">- Kernthemen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie, z.B.:- Arbeitsanalyse und -gestaltung- Personalmarketing- Eignungsdiagnose- Organisationale Sozialisation- Arbeitshaltungen- Personalentwicklung- Organisationsdiagnose und -entwicklung

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen wesentliche Ansätze der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie sowie relevante empirische Befunde unterschiedlicher Kulturräume. Sie kennen die Anwendungsfelder und Rahmenbedingungen der psychologisch orientierten Personal- und Organisationsentwicklungsarbeit in Organisationen. Sie kennen Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen psychologischen und betriebswirtschaftlichen Herangehensweisen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Forschungs- und Anwendungsfragen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie einordnen und relevante Erkenntnisse, Theorien und Methoden zu deren Analyse anwenden. Sie können sich Forschungsarbeiten eigenständig erschließen und deren Inhalte gemäß den fachspezifischen Traditionen wiedergeben.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können Chancen und Grenzen der gängigen arbeits-, personal- und organisationspsychologischen Instrumente und Methoden bewerten. Auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse können sie Ideen zur Konzipierung von Instrumenten entwickeln, die in der arbeits-, personal- und organisationspsychologischen Praxis eingesetzt werden.</p>
<p>Niveaustufe / Level</p>	<p>Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)</p>
<p>Lehrform/SWS</p>	<p>Seminar über 2 Semester(je 4 SWS)</p>
<p>Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload</p>	<p>300 h Arbeitsaufwand, 120 h Präsenz, 180 h Selbststudium/ 10 CP</p>
<p>Lehrveranstaltungen (Einheiten)</p>	<p>Eine Lehrveranstaltung über zwei Semester</p>
<p>Notwendige Voraussetzungen</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO</p>

Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module Sozial- und Kommunikationspsychologie, Differentielle Psychologie und Diagnostik, der Methoden- und der Wirtschaftsmodule
Häufigkeit des Angebots	Beginn jedes Sommersemester (über zwei Semester hinweg)
Literatur	Einführend (alternativ): Kauffeld, S.. Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin: Springer. Nerdinger, F., Blickle, G. & Schaper, N.. Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer. Schuler, H. & Kanning, P.. Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung benannt.

Modul 164120: Arbeit, Personal und Organisation: Wirtschaftliche Aspekte

Modulbezeichnung	Arbeit, Personal und Organisation: Wirtschaftliche Aspekte
Code	164120
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Arbeit, Personal und Organisation)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniela Lohaus, N.N.
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, N.N. Prof. Dr. Carsten Wirth, N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	2 Klausuren (VWL: 90 Minuten, BWL: 60 Minuten), davon jeweils eine Klausur zu den volkswirtschaftlichen und zu den betriebswirtschaftlichen Aspekten von Arbeit, Personal und Organisation Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Volkswirtschaftliche Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation: <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen der Besonderheiten des Arbeitsmarktes sowie der Messkonzepte und Messprobleme von Arbeitslosigkeit - Mikroökonomische Analyse des Arbeitsmarktes (Bestimmungsfaktoren von individuellem Arbeitsangebot und unternehmerischer Arbeitsnachfrage; Analyse des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt) - Makroökonomische Analyse des Arbeitsmarktes (strukturelle und friktionelle Arbeitslosigkeit; Lohnfindung und Arbeitsmarktgleichgewicht; Brennpunkte der Arbeitsmarktpolitik) - Kennenlernen der grundlegenden Ansätze der

	<p>Personal- und Organisationsökonomik (Prinzipal-Agent-Modell; Transaktionskostentheorie; Property-Rights-Ansatz)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse spezifischer Interaktionsprobleme in Organisationen (Moral-Hazard-Problem; Problem adverser Selektion; Hold-Up-Problem etc.) - Betriebswirtschaftliche Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation: <ul style="list-style-type: none"> - Unter Bezugnahme auf wesentliche ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Theorien werden relevante Mitarbeiterflusssysteme und Belohnungssysteme im Zuständigkeitsbereich des betrieblichen Personalmanagements behandelt.
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die sachlichen Bestimmungsfaktoren und ökonomische Wirkungen des Angebots- und Nachfrageverhaltens auf Arbeitsmärkten. Auch kennen die Studierenden die grundlegenden Gestaltungsoptionen und Interaktionsprobleme von (unternehmensbezogenen) Organisationen. Die Studierenden kennen die Konzepte zur betriebswirtschaftlichen Fundierung des Personalmanagements.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden können Arbeitsmarktprozesse einzelwirtschaftlich analysieren und hinsichtlich ihrer gesamtwirtschaftlichen Wohlfahrts- und Beschäftigungswirkungen beurteilen. Die Studierenden können verschiedene Instrumente des betrieblichen Personalmanagements hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten kritisch bewerten. Sie können die sich in Organisationen typischerweise ergebenden Konfliktpotenziale und Interaktionsprobleme identifizieren und bewerten.</p>

	<p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das volkswirtschaftlich komplexe Geschehen auf Arbeitsmärkten sowie innerhalb von (Unternehmens-) Organisationen nachzuvollziehen und in seine verschiedenen Bestimmungsfaktoren zu zergliedern. Sie können zudem arbeitsmarkt- und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen aus der volkswirtschaftlichen Analyse von Arbeitsmarkt- und Organisationsstrukturen ableiten.</p> <p>Die Studierenden sind darüber hinaus fähig, grundlegende Personalentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen. Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte und Methoden des Personalmanagements praktisch anzuwenden.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Zwei Vorlesungen über je 1 Semester (je 2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen Arbeitsmarkt und Organisationsökonomik Personalmanagement
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Alle im Curriculum in den Semestern 1-3 vorgesehenen Module zu den wirtschaftlichen Grundlagen
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	<p>Berthel, J., Becker, F.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart.</p> <p>Franz, W. (2006): Arbeitsmarktökonomik, 6. Auflage, Heidelberg.</p> <p>Sesselmeier, W., Funk, L. und B. Waas (2010): Arbeitsmarkttheorien – eine ökonomisch-juristische</p>

	<p>Einführung, 3. Auflage, Heidelberg.</p> <p>Erlei, M., Leschke, M. und D. Sauerland (2007): Neue Institutionenökonomik, 2. Auflage, Stuttgart.</p> <p>Scholz, C.: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. München.</p> <p>Stock-Homburg, R.: Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente. Berlin.</p>
--	--

Lehrveranstaltungsbeschreibung Personalmanagement

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Personalmanagement
Code	164121
Modulbezeichnung	Arbeit, Personal und Organisation: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Carsten Wirth/ weitere (externe) Dozenten/innen/ N.N.
Prüfungsart	Klausur (60 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Unter Bezugnahme auf wesentliche ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Theorien werden relevante Mitarbeiterflusssysteme und Belohnungssysteme behandelt. Dazu gehören z.B.: <ul style="list-style-type: none"> - Personalplanung und -bedarfsplanung - Personaleinsatz - Vergütungsmodelle - Personalfreisetzung - Personalcontrolling - Organisation des Personalmanagements
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Konzepte zur betriebswirtschaftlichen Fundierung des Personalmanagements.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können verschiedene Instrumente des betrieblichen Personalmanagement hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten kritisch bewerten. Sie können die sich in Organisationen typischerweise ergebenden Konfliktpotenziale und Interaktionsprobleme identifizieren und bewerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind fähig, grundlegende Personalentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der</p>

	betriebswirtschaftlichen Einflussbarkeit zu beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte und Methoden des Personalmanagements praktisch anzuwenden.
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Alternativ: Berthel, J., Becker, F.: Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart. Scholz, C.: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. München. Stock-Homburg, R.: Personalmanagement: Theorien - Konzepte – Instrumente. Berlin.

Lehrveranstaltungsbeschreibung Arbeitsmarkt- und Organisationsökonomik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Arbeitsmarkt- und Organisationsökonomik
Code	164122
Modulbezeichnung	Arbeit, Personal und Organisation: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, weitere (externe) Dozenten/innen, N. N.
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Besonderheiten des Arbeitsmarktes sowie der Messkonzepte und Messprobleme von Arbeitslosigkeit - Mikroökonomische Analyse des Arbeitsmarktes (Bestimmungsfaktoren von individuellem Arbeitsangebot und unternehmerischer Arbeitsnachfrage; Analyse des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt) - Makroökonomische Analyse des Arbeitsmarktes (strukturelle und friktionelle Arbeitslosigkeit; Lohnfindung und Arbeitsmarktgleichgewicht; Brennpunkte der Arbeitsmarktpolitik) - Grundlegenden Ansätze der Personal- und Organisationsökonomik (Prinzipal-Agent-Modell; Transaktionskostentheorie; Property-Rights-Ansatz) - Analyse spezifischer Interaktionsprobleme in Organisationen (Moral-Hazard-Problem; Problem adverser Selektion; Hold-Up-Problem etc.)
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden können Arbeitsmarktprozesse einzelwirtschaftlich analysieren und hinsichtlich ihrer gesamtwirtschaftlichen Wohlfahrts- und Beschäftigungswirkungen beurteilen. Die Studierenden können zudem die sich in Organisationen typischerweise</p>

	<p>ergebenden ökonomischen Konfliktpotenziale und Interaktionsprobleme identifizieren und bewerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, dass volkswirtschaftlich komplexe Geschehen auf Arbeitsmärkten sowie innerhalb von (Unternehmens-) Organisationen nachzuvollziehen und in seine verschiedenen Bestimmungsfaktoren zu zergliedern. Sie können zudem arbeitsmarkt- und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen aus der volkswirtschaftlichen Analyse von Arbeitsmarkt- und Organisationsstrukturen ableiten.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Franz, W. (2006): Arbeitsmarktökonomik, 6. Auflage, Heidelberg.</p> <p>Erlei, M., Leschke, M. und D. Sauerland (2007): Neue Institutionenökonomik, 2. Auflage, Stuttgart.</p> <p>Sesselmeier, W., Funk, L. und B. Waas (2010): Arbeitsmarkttheorien – eine ökonomisch-juristische Einführung, 3. Auflage, Heidelberg.</p>

Modul 164130: Arbeit, Personal und Organisation: Ethische u. rechtliche Aspekte

Modulbezeichnung	Arbeit, Personal und Organisation: Ethische und rechtliche Aspekte
Code	164130
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt, Personal und Organisation)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniela Lohaus, N.N.
Dozent(in)	Recht: Jan Hansen/ weitere (externe) Dozenten/innen, N. N. Ethik: Prof. Dr. Nicola Erny, Dr. Bernd Wagner/N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat zu ethischen Aspekten; Prüfungsvoraussetzung in der Lehrveranstaltung Ethische Aspekte: Präsenzplicht im Seminar Klausur (60 Minuten) in der Lehrveranstaltung zu rechtlichen Aspekte Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Ethische Aspekte: <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Personalethik - Organisation, Kultur und Ethik - Ethics Education - Ethische Hintergründe zum Thema Arbeit/Soziales im CSR-/Nachhaltigkeitsmanagement - Aktuelle Themen mit ethischer Relevanz • Rechtliche Aspekte: <ul style="list-style-type: none"> - Individuelles und kollektives Arbeitsrecht - Unternehmensorganisation unter dem Gesichtspunkt von Arbeitnehmerrechten und

	<p style="text-align: center;">Arbeitgeberrechten</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p>Rechtliche Aspekte:</p> <p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundzüge des Arbeitsrechtes und haben eine Vorstellung von der juristischen Regelung zu den Rollen von Arbeitnehmern, Arbeitgebern, Betriebsräten, Gewerkschaften und Arbeitsgerichten.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden können bei Konflikten zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern ihren Blick auf die Interessen beider Parteien richten. Die Studierenden können einen Konflikt von beiden Seiten einschätzen und nach Konfliktlösungen suchen, die beiden Seiten möglichst gerecht werden.</p> <p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen Stärken und Schwächen einer Partei in einem juristischen Konflikt einzuschätzen. Vor dem Hintergrund eines beweisorientierten Gerichtsverfahrens können die Studierenden die Bedeutung einer strukturierten Dokumentation und einer klaren Darstellung eines Sachverhaltes einschätzen.</p> <p>Ethische Aspekte:</p> <p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>Die Studierenden sollen die ethischen und rechtlichen Grundthemen und -herausforderungen kennen lernen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien.</p> <p><u>Fähigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage ethische und rechtliche Fragestellungen und Problemlagen adäquat zu identifizieren und zu reflektieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden erlernen ein methodisches Vorgehen</p>

	und Kompetenzen im Hinblick auf eine praktische Anwendung im wirtschaftspsychologischen Kontext.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Ethische Aspekte: Seminar (2 SWS) Rechtliche Aspekte: Vorlesung mit Übungen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Ethische Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation Rechtliche Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Wissenschaftstheorie und Sozialphilosophie, Rechtliche Grundlagen
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	<p>Rechtliche Aspekte:</p> <p>Junker, Abbo: Grundkurs Arbeitsrecht, 13. Aufl. 2014, C.H. Beck</p> <p>Reichold, Hermann: Arbeitsrecht, 4. Aufl. 2012, C.H. Beck</p> <p>Hromadka, Wolfgang / Maschmann, Frank: Individualarbeitsrecht, 5. Aufl. 2012, Springer</p> <p>Hromadka, Wolfgang / Maschmann, Frank Kollektives Arbeitsrecht, 6. Aufl. 2014, Springer</p> <p>Junker, Abbo: Fälle zum Arbeitsrecht, 2. Aufl. 2012, C.H. Beck</p> <p>Ethische Aspekte:</p> <p>Bazerman, Max H./ Tenbrusel, Ann E.: Blind Spots. Princeton 2013</p> <p>Maak, Thomas/Peter Ulrich: Integre Unternehmensführung – Ethisches Orientierungswissen für die Wirtschaftspraxis. Schäffer/Poeschel 2007</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Ethische Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Ethische Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation
Code	164131
Modulbezeichnung	Arbeit, Personal und Organisation: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Nicola Erny/Prof. Dr. Jan C. Schmidt/Dr. Bernd Wagner/N.N.
Prüfungsart	mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat, Präsenzpflcht im Seminar
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Personalethik: ethische Differenzierung und Gestaltung des unternehmerischen Personalmanagements; Behavioral Business Ethics - Organisation, Kultur und Ethik: Compliance, Integrität und Wertemanagement; Organisation von Verantwortlichkeit (u.a. Integritätskultur, Ethik-/ Verhaltenskodizes, Praxisbeispiele); Führungsethik; ethische Dilemmata im Beruf (z.B. Whistleblowing) - Ethics Education: Ethische Kompetenzbildung in Unternehmen; Responsible Change und moralisches Lernen; Ethics Officer (Aufgaben, Funktion, Herausforderungen) - Ethische Hintergründe zum Thema Arbeit/Soziales im CSR-/Nachhaltigkeitsmanagement: ILO-Standards; Verantwortungs-/Berichtsstandards (z.B. ISO 26000) - Aktuelle Themen mit ethischer Relevanz: z.B. Diversity, Gesundheitsmanagement, nachhaltigen Personalmanagement
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die wesentlichen</p>

	<p>Organisationalen und personalbezogenen Grundprobleme und –herausforderungen in ihren ethischen Bezügen und Problemhorizonten.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden können diese analysieren und in Hinblick auf Anforderungen im wirtschaftspsychologischen Kontext bewerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das Problem der normativen Orientierung organisatorischen und arbeitsbezogenen Problembereichen systematisch und kasuistisch zu bewerten. Sie können kritisch mit Fallbeispielen umgehen und deren ethisches Konfliktpotential einordnen und analysieren sowie beispielhafte praktische Lösungsstrategien erfassen und anwenden.</p>
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Primäre Literatur:</p> <p>Bazerman, Max H./ Tenbrusel, Ann E.: Blind Spots. Princeton 2013</p> <p>Maak, Thomas/Peter Ulrich: Integre Unternehmensführung – ethisches Orientierungswissen für die Wirtschaftspraxis. Schäffer/Poeschel 2007</p> <p>Erweiterte Literatur:</p> <p>Blickle, Gerhard: Organisation und Ethik. Göttingen: Verlag für angewandte Psychologie 1998</p> <p>DGFP e.V. (Hg.). Personalmanagement nachhaltig gestalten. Bertelsmann Verlag 2011</p> <p>Haase, Michael u.a. (Hg.): Ethics Education. Rainer Hampp-Verlag 2011</p> <p>Kaiser, Stephan/ A. Kozicka (Hg.): Ethik im Personalmanagement. Rainer Hampp-Verlag 2012</p>

	<p>Küpper, Hans-Ulrich: Unternehmensethik. Schäffer Poeschel 2012</p> <p>Kuhn, Thomas/ J. Weibler: Führungsethik in Organisationen. Kohlhammer 2012</p> <p>Ruh, Hans/ Leisinger, Klaus (Hg.): Ethik im Management. Orell Fuesli 2004</p> <p>Wieland, J. (u.a.) (Hg.): Handbuch Compliance Management. E. Schmidt Verlag 2014</p>
--	--

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Rechtliche Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Rechtliche Aspekte von Arbeit, Personal und Organisation
Code	164132
Modulbezeichnung	Arbeit, Personal und Organisation: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	Jan Hansen, weitere (externe) Dozenten/innen, N. N.
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Rechtliche Stellung von Arbeitgebern und Arbeitnehmern - Kündigungsschutz - Mitbestimmung durch den Betriebsrat - Gewerkschaften, Tarife, Streik - Rechtsdurchsetzung vor den Arbeitsgerichten - Schiedsverfahren - Unternehmensorganisation / Compliance
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Grundzüge des Arbeitsrechtes und haben eine Vorstellung von der juristischen Regelung zu den Rollen von Arbeitnehmern, Arbeitgebern, Betriebsräten, Gewerkschaften und Arbeitsgerichten.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können bei Konflikten zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern ihren Blick auf die Interessen beider Parteien richten. Die Studierenden können einen Konflikt von beiden Seiten einschätzen und nach Konfliktlösungen suchen, die beiden Seiten möglichst gerecht werden.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen Stärken und Schwächen einer Partei in einem juristischen Konflikt einzuschätzen. Vor dem</p>

	Hintergrund eines beweisorientierten Gerichtsverfahrens können die Studierenden die Bedeutung einer strukturierten Dokumentation und einer klaren Darstellung eines Sachverhaltes einschätzen.
Lehrform/SWS	Vorlesung mit Übungen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Junker, Abbo: Grundkurs Arbeitsrecht, 13. Aufl. 2014, C.H. Beck Reichold, Hermann: Arbeitsrecht, 4. Aufl. 2012, C.H. Beck Hromadka, Wolfgang / Maschmann, Frank: Individualarbeitsrecht, 5. Aufl. 2012, Springer Hromadka, Wolfgang / Maschmann, Frank: Kollektives Arbeitsrecht, 6. Aufl. 2014, Springer Junker, Abbo: Fälle zum Arbeitsrecht, 2. Aufl. 2012, C.H. Beck

Modul 164210: Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie

Modulbezeichnung	Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie
Code	164210
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Markt, Konsumenten und Medien)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm,
Dozent(in)	Prof. Dr. Ingo Hamm, N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Studienarbeit oder Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch und/oder Englisch

<p>Inhalt</p>	<p>In der Lehrveranstaltung werden grundlegende Inhalte aus dem Bereich der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Markt- und Konsumentenverhalten</u> <ul style="list-style-type: none"> - Individuell-psychologische Faktoren (z.B. Kognition, Emotion, Motivation, Einstellung...) - Sozialer Einfluss (z.B. Gruppeneinfluss, Lebensstile, Werte, Kultur...) - Kaufentscheidung und Konsumentenverhalten - <u>Marketing-Kommunikation, Medien- und Werbepsychologie</u> <ul style="list-style-type: none"> - Interpersonelle Kommunikation, Informationstheorie, Kommunikationsprozesse & -bedingungen - Markenmanagement, Positionierung & Markenführung - Medienwahl, Mediennutzung, Medienerleben, Medienwirkung - Werbewirkung, Werbegestaltung, sog. Sozialtechniken - <u>Markt-, Medien- & Werbeforschung</u> <ul style="list-style-type: none"> - Angewandte Forschungsmethoden - Experimentalverfahren, Stichprobenverfahren, Datenanalyse - Social Media Research, Markt-Media-Studien
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind mit Kernthemen der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie und deren theoretischen Verankerungen, relevanten empirischen Befunden und Anwendungsfeldern vertraut. Sie kennen Forschungsmethoden und Paradigmen der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie, Schnittstellen dieser mit anderen Fachdisziplinen und Teildisziplinen der Psychologie sowie Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Markt-, Konsum- und Werbepsychologen.</p>

	<p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können markt- und werbepsychologische Forschungs- und Anwendungsfragen einordnen und relevante Erkenntnisse, Theorien und Methoden zu deren Analyse anwenden. Sie können sich Forschungsarbeiten eigenständig erschließen und deren Inhalte gemäß den fachspezifischen Traditionen wiedergeben. Ferner können sie markt- und werbepsychologische Arbeiten im Hinblick auf wissenschaftliche Qualität, Erkenntnisgewinn und gesellschaftliche Relevanz bewerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit Themen, Methoden und Befunden der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie auseinanderzusetzen sowie relevante Forschungs- und Anwendungsfragen (v.a. aus Wirtschaft und Gesellschaft) zu erkennen. Sie sind imstande, komplexe Forschungs- und Anwendungsfragen aus Perspektive der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie zu analysieren und Ansätze zu deren Untersuchung und Lösung zu entwickeln. Sie sind darüber hinaus imstande, methodische Herausforderungen und ethische Fragestellungen zu erkennen, die sich aus Mensch-Markt- bzw. Mensch-Medien-Beziehungen und deren Untersuchung ergeben.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Vorlesung / Seminar über 2 Semester (je 4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	300 h Arbeitsaufwand, 120h Präsenz, 180 h Selbststudium/ 10 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung über zwei Semester
Notwendige Voraussetzungen	Keine

Empfohlene Voraussetzungen	Alle im Curriculum in den Semestern 1-3 vorgesehenen Module
Häufigkeit des Angebots	Beginn jedes Sommersemester (über zwei Semester hinweg)
Literatur	<p>Zur Einführung in das Themengebiet wird empfohlen:</p> <p>Kroeber-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2013). Konsumentenverhalten. Vahlen.</p> <p>Kroeber-Riel, W. & Esch, F.-R. (2011). Strategie und Technik der Werbung. Kohlhammer.</p> <p>Felser, G. (2007). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Spektrum.</p> <p>Diekmann, A. (2007). Empirische Sozialforschung. Rowohlt.</p> <p>Mayer, H. & Illmann, T. (2000). Markt- und Werbepsychologie. Schäffer-Poeschel.</p>

Modul 164220: Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte

Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte
Code	164220
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Markt, Konsumenten und Medien)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm,
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring / Prof. Dr. Ingo Hamm/ N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	2 Klausuren (je 90 Minuten), davon jeweils eine Klausur zu den volkswirtschaftlichen und zu den betriebswirtschaftlichen Aspekten von Markt, Konsumenten und Medien. Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Volkswirtschaftliche Aspekte von Markt, Konsumenten und Medien: - - Kennenlernen der ökonomisch unterschiedlichen Wettbewerbsfunktionen (Effizienzfunktion, Innovationsfunktion, Verteilungsfunktion) von Märkten - Analyse der Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs (Marktergebnis, Marktverhalten, Marktstruktur) und der verschiedenen Eingriffsmöglichkeiten der Wettbewerbspolitik (einschließlich der Betrachtung von Fallbeispielen wettbewerbsbeschränkenden und wettbewerbsgefährdenden Verhaltens) - Kennenlernen der informations- und verhaltensökonomischen Grundlagen des Verbraucherverhaltens - Analyse der verschiedenen

	<p>Eingriffsmöglichkeiten der Verbraucherpolitik unter der Zielsetzung des Konsumentenschutzes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Betriebswirtschaftliche Aspekte von Markt, Konsumenten und Medien: <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen von Zielsetzung und Bedeutung des betrieblichen Marketings - Kennenlernen der verschiedenen Instrumente des betrieblichen Marketings (Marketing-Mix): Produktpolitik, Preispolitik, Vertriebspolitik und Kommunikationspolitik - Kennenlernen der Grundlagen der Werbe- und Mediaplanung - Markenführung und -positionierung
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die ökonomischen Funktionen des Wettbewerbs auf Märkten. Auch kennen die Studierenden die informations- und verhaltensökonomischen Bestimmungsfaktoren des Verbraucherverhaltens. Ferner kennen die Studierenden die Zielsetzung und Gestaltungsinstrumente des betrieblichen Marketings. Die Studierenden kennen schließlich auch die Bedeutung von Marktforschung sowie Planung, Kontrolle und Organisation von Marketingprozessen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Marktergebnisse, Marktverhalten und Marktstrukturen auf die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs hin analysieren. Die Studierenden können wettbewerbsbeschränkendes und wettbewerbsgefährdendes Verhalten auf ihre Effizienz-, Innovations- und Verteilungswirkungen hin beurteilen. Die Studierenden können schließlich auch die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes betrieblicher Marketinginstrumente identifizieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, den Ablauf und die Wirkung von Wettbewerbsprozessen im Hinblick auf ihre grundlegende volkswirtschaftliche Relevanz nachzuvollziehen. Sie können zudem wettbewerbs- und</p>

	<p>verbraucherpolitische Schlussfolgerungen aus der volkswirtschaftlichen Analyse von Märkten ableiten. Die Studierenden sind darüber hinaus fähig, grundlegende Marketingentscheidungen eines Unternehmens nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken. Die Studierenden sind schließlich ebenso dazu in der Lage, Konzepte und Methoden der Marketingpolitik praktisch anzuwenden.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	2 Vorlesungen über je 1 Semester (je 2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik Marketing und Konsumverhalten
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Alle im Curriculum in den Semestern 1-3 vorgesehenen Module
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	<p>Zur Einführung in das Themengebiet wird etwa empfohlen:</p> <p>Schmidt, I. & Haucap (2013): Wettbewerbspolitik und Kartellrecht, 10. Auflage, München.</p> <p>Herdzina, K. (1999): Wettbewerbspolitik, 5. Auflage, Stuttgart.</p> <p>Soloman, M., Bamossy, G., Askegaard, S. und M. Hogg (2006): Consumer Behaviour. A European Perspective, 3. Auflage, Essex.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C. & Kirchberg, M. (2012): Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Auflage, Gabler Verlag.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Marketing und Konsumentenverhalten

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Marketing und Konsumentenverhalten
Code	164221
Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Ingo Hamm, N.N.
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">- Darlegung von Zielsetzung und Bedeutung des betrieblichen Marketings im Unternehmen- Erläuterung der verschiedenen Instrumente des betrieblichen Marketings (Produktpolitik, Entgeltpolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik)- Kennenlernen der Grundlagen der Werbe- und Mediaplanung- Funktion und Ausgestaltung von Marketing-Forschung, -Planung, -Kontrolle und -Organisation

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Zielsetzung und Gestaltungsinstrumente des betrieblichen Marketings. Die Studierenden kennen zudem die Funktionsweise von Marktforschung sowie von Planung, Kontrolle und Organisation von Marketingprozessen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes betrieblicher Marketinginstrumente identifizieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind fähig, grundlegende Marketingentscheidungen eines Unternehmens nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken. Die Studierenden sind zudem dazu in der Lage, Konzepte und Methoden der Marketingpolitik praktisch anzuwenden.</p>
<p>Lehrform/SWS</p>	<p>Vorlesung (2 SWS)</p>
<p>Arbeitsaufwand/Workload</p>	<p>75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP</p>
<p>Literatur</p>	<p>Meffert, H., Burmann, C. & Kirchberg, M. (2012): Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Auflage, Gabler Verlag.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik
Code	164222
Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, N.N.
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">- Erläuterung der ökonomisch unterschiedlichen Wettbewerbsfunktionen (Effizienzfunktion, Innovationsfunktion, Verteilungsfunktion) von Märkten- Analyse der Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs (Marktergebnis, Marktverhalten, Marktstruktur) und der verschiedenen Eingriffsmöglichkeiten der Wettbewerbspolitik (einschließlich der Betrachtung von Fallbeispielen wettbewerbsbeschränkenden und wettbewerbsgefährdenden Verhaltens)- Darstellung und Analyse der informations- und verhaltensökonomischen Grundlagen des Verbraucherverhaltens- Unterschiedliche Eingriffsmöglichkeiten der Verbraucherpolitik unter der Zielsetzung des Konsumentenschutzes

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die ökonomischen Funktionen des Wettbewerbs auf Märkten. Auch kennen die Studierenden die informations- und verhaltensökonomischen Bestimmungsfaktoren des Verbraucherverhaltens.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Marktergebnisse, Marktverhalten und Marktstrukturen auf die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs hin analysieren. Die Studierenden können wettbewerbsbeschränkendes und wettbewerbsgefährdendes Verhalten auf ihre Effizienz-, Innovations- und Verteilungswirkungen hin beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, den Ablauf und die Wirkung von Wettbewerbsprozessen im Hinblick auf ihre grundlegende volkswirtschaftliche Relevanz nachzuvollziehen. Sie können zudem wettbewerbs- und verbraucherpolitische Schlussfolgerungen aus der volkswirtschaftlichen Analyse von Märkten ableiten.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Herdzina, K. (1999): Wettbewerbspolitik, 5. Auflage, Stuttgart</p> <p>Soloman, M., Bamossy, G., Askegaard, S. und M. Hogg (2006): Consumer Behaviour. A European Perspective, 3. Auflage, Essex.</p>

Modul 164230: Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte

Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte
Code	164230
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Markt, Konsumenten und Medien)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm,
Dozent(in)	Recht: Jan Hansen / RA Markus Brehm / N.N. Ethik: Prof. Dr. Nicola Erny, Dr. Bernd Wagner / N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat in der Lehrveranstaltung Ethische Aspekte; Prüfungsvoraussetzung in der Lehrveranstaltung Ethische Aspekte: Präsenzplicht im Seminar Klausur (90 Minuten) oder Studienarbeit oder Referat in der Lehrveranstaltung Rechtliche Aspekte Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Ethische Aspekte: <ul style="list-style-type: none"> - Markt und Moral - Konsumentenethik und Marketingethik - Medienethik • Rechtliche Aspekte: <ul style="list-style-type: none"> - Markenrecht, Urheberrecht, Wettbewerbsrecht - Medienrecht - Datenschutz

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die zentralen Entwicklungen, Positionen und Herausforderungen in den Bereichen der</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medienethik, Konsumentenethik und Marketingethik sowie zentrale ethische Diskussionen im Bereich der Marktwirtschaft - wesentlichen Rechtsprechung im Bereich von Verbraucher-, Wettbewerbs- und Medienrecht und der alltagsnahen Umsetzung <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Positionen und ethisch bzw. rechtlich relevante Diskussionen eigenständig analysieren und kritisch beurteilen sowie diese methodisch in den jeweiligen Anwendungsfeldern einsetzen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden entwickeln kritisch-reflexive Kompetenzen, die sie in die Lage versetzen, die Problemfelder in ihrer ethischen und rechtlichen Position adäquat zu identifizieren und mögliche Lösungswege (kognitiv und praktisch) zu entwerfen.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Zwei Vorlesungen über je 1 Semester (je 2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen Markt, Konsumenten und Medien: Ethische Aspekte Markt, Konsumenten und Medien: Rechtliche Aspekte
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Wissenschaftstheorie und Sozialphilosophie, Rechtliche Grundlagen
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	s. Lehrveranstaltungsbeschreibungen

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Markt, Konsumenten und Medien: Ethische Aspekte

Lehrveranstaltungs-bezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische Aspekte
Code	164231
Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner
Prüfungsart	Mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat; Prüfungsvoraussetzung: Präsenzplicht im Seminar
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ● Markt und Moral: <ul style="list-style-type: none"> - ethische Aspekte und Herausforderungen der Marktwirtschaft (Institutionenethik, Marktliberalismus und Kritik; Wirtschaft und Gerechtigkeit; Markt, Zivilgesellschaft und Sozialkapital); aktuelle Themen und Praxisbeispiele: z.B. Wirtschaft und Menschenrechte; Markt und Gemeingüter (Commons); Korruption ● Konsumentenethik und Marketingethik: <ul style="list-style-type: none"> - Konsum und Verantwortung; nachhaltiger und ethischer Konsum; Grundlagen und Differenzierungen der Marketingethik; aktuelle Themen und Praxisbeispiele: z.B. Studien der Otto-Group zum ethischen Konsum; CSR im Lebensmittelbereich; Verantwortung in der Lieferkette; Nachhaltigkeit und Marketing ● Medienethik: <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Unterscheidungen der Medienethik (Medien und Verantwortung; Institutionen, Spannungsfelder und Grenzbereiche; Produzenten- und Rezipientenverantwortung); gesellschaftliche Funktion von Medien; Praxisbeispiele: z.B. Deutscher Pressekodex; Medien und Lobbyismus

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sollen die ethischen Grundthemen und -herausforderungen der Schwerpunktthemen kennen lernen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage ethische Fragestellungen und Problemlagen adäquat zu identifizieren und zu reflektieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden erlernen ein methodisches Vorgehen und Kompetenzen im Hinblick auf eine praktische Anwendung im wirtschaftspsychologischen Kontext.</p>
<p>Lehrform/SWS</p>	<p>Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen (2 SWS)</p>
<p>Arbeitsaufwand/Workload</p>	<p>75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP</p>
<p>Literatur</p>	<p>Primäre Literatur</p> <p>Funiok, R: Medienethik. Kohlhammer 2011</p> <p>Heidbrink, Ludger/ A. Hirsch (Hg.): Verantwortung als marktwirtschaftliches Prinzip. Campus 2008</p> <p>Heidbrink, L. u.a. (Hg.): Die Verantwortung des Konsumenten. Campus 2011</p> <p>Stehr, Nico: Die Moralisierung der Märkte. Suhrkamp 2007</p> <p>Erweiterte Literatur</p> <p>Balderjahn, Ingo: Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten. UTB 2013</p> <p>Nida-Rümelin, J.: Die Optimierungsfalle – Philosophie einer humanen Ökonomie. Irisiana 2011</p> <p>Sandel, Michael: Was man für Geld nicht kaufen kann – Die moralischen Grenzen des Marktes. Ullstein 2012</p> <p>Suchanek, Andreas: Ökonomische Ethik. UTB 2007</p> <p>Schicha, Ch./ C. Brosda (Hg.): Handbuch Medienethik. VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Markt, Konsumenten und Medien: Rechtliche Aspekte

Lehrveranstaltungs-bezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Rechtliche Aspekte
Code	164232
Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	RA Markus Brehm / N.N.
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten) oder Studienarbeit oder Referat
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Markenrecht, Urheberrecht, Wettbewerbsrecht - Medienrecht - Datenschutz
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sollen die rechtlichen Grundthemen und -herausforderungen der Schwerpunktthemen kennen lernen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche Fragestellungen und Problemlagen adäquat zu identifizieren und zu reflektieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden erlernen ein methodisches Vorgehen und Kompetenzen im Hinblick auf eine praktische Anwendung im wirtschaftspsychologischen Kontext. Dies umfasst besonders die Kompetenz, beide Seiten eines Konfliktes zu sehen und somit einen Interessenkonflikt adäquat einschätzen zu können. Daneben lernen die Studierenden, auf ausgleichende dialogische Weise an Konflikte heranzugehen.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)

Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Berlit, Wolfgang: Wettbewerbsrecht, 9. Aufl. 2014, C.H. Beck</p> <p>Himmelsbach, Gero: Wettbewerbsrecht, 4. Aufl. 2014, C.H. Beck</p> <p>Hoeren, Thomas: Grundzüge des Internetrechts, 2. Aufl. 2002, C.H.Beck</p> <p>Greve, Silke / Wedde, Peter: Social Media Guidelines, 1. Aufl. 2014, Bund-Verlag</p> <p>Witt, Bernhard: Datenschutz kompakt und verständlich, 3. Aufl. 2014, Vieweg und Teubner</p> <p>Tinnefeld, Marie Theres / Buchner, Benedikt / Petri, Thomas: Einführung in das Datenschutzrecht, 5. Aufl. 2012, Oldenbourg Wissenschaftsverlag</p>

Modul 164310: Umweltpsychologie

Modulbezeichnung	Umweltpsychologie
Code	164310
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Umwelt und Nachhaltigkeit)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Hanss,
Dozent(in)	Prof. Dr. Daniel Hanss, weitere (externe) Dozenten/innen, N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Studienarbeit oder Klausur (90 Minuten); optional Übungsaufgaben (gemäß Ankündigung der Dozenten/innen), die zu 50% auf die Gesamtnote angerechnet werden können
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kernthemen der Umweltpsychologie, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> - Geschichte und Gegenstandsbereich der Umweltpsychologie - Umweltbezogene Wahrnehmung und Kognition - Umweltbezogene Einstellungen und Urteile - Umweltrelevantes-Handeln - Persönlicher Raum - Territorialität - Crowding - Ortsbindung - Umwelteinflüsse auf Wohlbefinden und Gesundheit - Umwelteinflüsse auf Leistung - Wahrnehmung und Kommunikation von Umweltrisiken - Forschungsparadigmen und Methoden der Umweltpsychologie - Anwendungsfelder der Umweltpsychologie - Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Umweltpsychologen/innen

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind mit Kernthemen der Umweltpsychologie und deren theoretischen Verankerungen, einschlägigen empirischen Befunden und Anwendungsfeldern vertraut. Sie verfügen über Grundkenntnisse zu Forschungsparadigmen und Methoden der Umweltpsychologie. Darüber hinaus sind ihnen Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Umweltpsychologen/innen bekannt.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können sich umweltpsychologische Arbeiten erschließen und deren Inhalte gemäß den fachspezifischen Konventionen wiedergeben. Sie können umweltpsychologische Erkenntnisse, Theorien und Methoden nutzen, um relevante Forschungs- und Anwendungsfragen zu analysieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit umweltpsychologischen Themen, Methoden und Befunden auseinanderzusetzen sowie relevante Forschungs- und Anwendungsfragen zu erkennen. Sie sind außerdem imstande, Forschungs- und Anwendungsfragen aus umweltpsychologischer Perspektive zu analysieren und Ansätze zu deren Untersuchung und Lösung zu entwickeln.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Vorlesung mit seminaristischen Elementen über 2 Semester (je 4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	300 h Arbeitsaufwand, 120 h Präsenz, 180 h Selbststudium/ 10 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung über zwei Semester
Notwendige Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO

Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module Empirisches Forschungspraktikum und Allg. Psych.: Denken und Entscheiden
Häufigkeit des Angebots	Beginn jedes Sommersemester (über zwei Semester hinweg)
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Helbrück, J., & Kals, E. (Hrsg.): <i>Umweltpsychologie. Basiswissen Psychologie</i>. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Lantermann, E.-D., & Linneweber, V. (Hrsg.): <i>Grundlagen, Paradigmen und Methoden der Umweltpsychologie. Enzyklopädie der Psychologie, Serie Umweltpsychologie</i> (Bd. 1). Göttingen u.a.: Hogrefe.</p> <p>Linneweber, V., Lantermann, E.-D., & Kals, E. (Hrsg.): <i>Spezifische Umwelt und umweltbezogenes Handeln. Enzyklopädie der Psychologie, Serie Umweltpsychologie</i> (Bd. 2). Göttingen u.a.: Hogrefe.</p> <p>Gifford, R.: <i>Environmental Psychology: Principles and Practice</i>. Colville, WA: Optimal Books.</p> <p>Steg, L., van den Berg, A. E., & de Groot, J. I. M. (Hrsg.): <i>Environmental Psychology: An Introduction</i>. Oxford, England: Wiley-Blackwell.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Modul 164320: Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte

Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte
Code	164320
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Umwelt und Nachhaltigkeit)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Hanss,
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, Prof. Dr. Jan Barkmann, weitere (externe) Dozenten/innen, N. N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	2 Klausuren (je 90 Minuten), davon jeweils eine Klausur zu den volkswirtschaftlichen und zu den betriebswirtschaftlichen Aspekten von Umwelt und Nachhaltigkeit Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ökonomische Sicht auf Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme - Grundverständnis und unterschiedliche Konzepte von Nachhaltigkeit - Analyse des spezifischen Wertes von Umweltgütern und natürlichen Ressourcen sowie der Vor- und Nachteile ökonomischer Umweltbewertungsverfahren - Ziele, Träger und Instrumente von Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik und deren ökologische und ökonomische Wirksamkeit - Analyse der Besonderheiten von globalen Umwelt- und Nachhaltigkeitsproblemen <p>Betriebswirtschaftliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielsetzung und Bedeutung eines umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmens-

	<p>managements aus Sicht der Corporate Social Responsibility (CSR)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse unternehmensinterner und marktbezogener Wertschöpfungsketten in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitswirkungen - CSR-Berichts- und Indikatorensystemen zur betrieblichen Messung, Dokumentation und operativen Entscheidungsunterstützung bezüglich Unternehmensstrukturen, -prozessen und Handlungsoptionen - Möglichkeiten zur Integration von Prinzipien und Prozessen nachhaltiger Entwicklung in die strategische und operative Unternehmensführung - Instrumente einer betrieblichen Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Besonderheiten der ökonomischen Analyse von Umwelt- und Nachhaltigkeitsproblemen im nationalen und internationalen Kontext. Auch kennen die Studierenden unterschiedliche Konzepte von Nachhaltigkeit sowie Konzepte und Verfahren zur ökonomischen Bewertung von natürlichen Ressourcen und Umweltgütern. Die Studierenden kennen zudem die Ziele und Bedeutung eines umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensmanagements unter Berücksichtigung der CSR-Anforderungen. Ferner kennen die Studierenden Berichts- und Indikatorensysteme zur Messung und Dokumentation der Nachhaltigkeit von Unternehmensstrukturen und -prozessen sowie zur operativen Entscheidungsunterstützung.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme auf die Notwendigkeit von staatlichen Eingriffen in das Marktgeschehen hin analysieren. Die Studierenden können die ökologische und die ökonomische Effizienz von Instrumenten der Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik beurteilen. Darüber hinaus können die Studierenden markt- und unternehmensbezogene Wertschöpfungsketten auf ihre Nachhaltigkeitswirkungen hin analysieren. Schließlich</p>

	<p>können die Studierenden auf Grundlage des Leitbilds einer nachhaltigen Entwicklung sowie der Corporate Social Responsibility und Elemente von Unternehmensstrategien entwickeln.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, die unterschiedlichen ökonomischen Wertdimensionen von natürlichen Ressourcen und Umweltgütern zu identifizieren und auf ihre Relevanz für Nachhaltigkeitsfragen hin zu analysieren. Sie können zudem umwelt- und nachhaltigkeitspolitische Schlussfolgerungen aus der volkswirtschaftlichen Analyse von Märkten und sonstigen umweltbezogenen Nutzungskonflikten ableiten. Die Studierenden sind darüber hinaus fähig, die Einsatzmöglichkeiten und Ergebnisse verschiedener Mess- und Gestaltungsinstrumente einer betrieblichen Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik problemorientiert zu bewerten. Die Studierenden sind schließlich in der Lage, Konzepte für eine umwelt- und nachhaltigkeitsorientierte Unternehmensführung und deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Eine Vorlesung und eine Vorlesung mit seminaristischen Elementen über je 1 Semester (je 2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen <ul style="list-style-type: none"> • Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik • Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement
Notwendige Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	Für die Lehrveranstaltung „Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement“: Erfolgreicher Abschluss der Veranstaltungen „Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik“ und „Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik“
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)

	<ul style="list-style-type: none">• Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik im Sommersemester• Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement im Wintersemester
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Fees, E., Seeliger, A. (2013): Umweltökonomie und Umweltpolitik, 4. Auflage, München.</p> <p>Endres, A. (2013): Umweltökonomie, 4. Auflage, Stuttgart.</p> <p>Rogall, H. (2012): Nachhaltige Ökonomie: Ökonomische Theorie und Praxis einer Nachhaltigen Entwicklung, Marburg.</p> <p>Schneider, A., Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg.</p> <p>Heinze J. (2014): Stakeholder-Management und Nachhaltigkeitsreporting. Berlin/Heidelberg.</p> <p>Wagner, R., Lahme, G., Breitbarth, T. (2014): CSR und Social Media – Unternehmerische Verantwortung in sozialen Medien wirkungsvoll vermitteln. Berlin, Heidelberg.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement
Code	164321
Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Jan Barkmann, weitere (externe) Dozenten/innen
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten) oder Studienarbeit (wird vom Dozenten festgelegt)
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Zielsetzung und Bedeutung eines umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmensmanagements aus Sicht der Corporate Social Responsibility (CSR) - Analyse unternehmensinterner und marktbezogener Wertschöpfungsketten in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitswirkungen - CSR-Berichts- und Indikatorensysteme zur betrieblichen Messung, Dokumentation und operativen Entscheidungsunterstützung bezüglich Unternehmensstrukturen,-prozessen und Handlungsoptionen - Möglichkeiten zur Integration von Prinzipien und Prozessen nachhaltiger Entwicklung in die strategische und operative Unternehmensführung - Instrumente einer betrieblichen Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen Bedeutung, Perspektiven, Instrumente und Ziele eines umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensmanagements unter Berücksichtigung der CSR-Anforderungen. Die Studierenden kennen zudem Berichts- und Indikatorensysteme zur Messung und Dokumentation der Nachhaltigkeit von Unternehmensstrukturen und -prozessen sowie zur operativen Entscheidungsunterstützung.</p>

	<p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können markt- und unternehmensbezogene Wertschöpfungsketten auf ihre Nachhaltigkeitswirkungen hin analysieren. Außerdem können die Studierenden auf Grundlage des Leitbilds einer nachhaltigen Entwicklung sowie der Corporate Social Responsibility Elemente von Unternehmensstrategien entwickeln.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind fähig, die Einsatzmöglichkeiten und Ergebnisse verschiedener Mess- und Gestaltungsinstrumente einer betrieblichen Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik problemorientiert zu bewerten. Die Studierenden sind zudem in der Lage, Konzepte für eine umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensführung und deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung mit seminaristischen Elementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Schneider, A., Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg.</p> <p>Heinze J. (2014): Stakeholder-Management und Nachhaltigkeitsreporting. Berlin/Heidelberg.</p> <p>Wagner, R., Lahme, G., Breitbarth, T. (2014): CSR und Social Media – Unternehmerische Verantwortung in sozialen Medien wirkungsvoll vermitteln. Berlin, Heidelberg.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik

Lehrveranstaltungs-bezeichnung	Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik
Code	164322
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, weitere (externe) Dozenten/innen
Prüfungsart	Klausur (90 Minuten)
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Ökonomische Interpretation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsproblemen - Grundverständnis der verschiedenen Dimensionen und unterschiedlichen Konzepte von Nachhaltigkeit - Analyse des spezifischen Wertes von Umweltgütern und natürlichen Ressourcen sowie der Vor- und Nachteile ökonomischer Umweltbewertungsverfahren - Ziele, Träger und Instrumente von Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik und deren ökologische und ökonomische Wirksamkeit - Analyse der Besonderheiten von globalen Umwelt- und Nachhaltigkeitsproblemen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Besonderheiten der ökonomischen Analyse von Umwelt- und Nachhaltigkeitsproblemen im nationalen und internationalen Kontext. Auch kennen die Studierenden unterschiedliche Konzepte von Nachhaltigkeit sowie Konzepte und Verfahren zur ökonomischen Bewertung von natürlichen Ressourcen und Umweltgütern.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme auf die Notwendigkeit von staatlichen Eingriffen in das Marktgeschehen hin analysieren. Die Studierenden können die ökologische und die ökonomische Effizienz von Instrumenten der Umwelt-</p>

	<p>und Nachhaltigkeitspolitik beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, die unterschiedlichen ökonomischen Wertdimensionen von natürlichen Ressourcen und Umweltgütern zu identifizieren und auf ihre Relevanz für Nachhaltigkeitsfragen hin zu analysieren. Sie können zudem umwelt- und nachhaltigkeitspolitische Schlussfolgerungen aus der volkswirtschaftlichen Analyse von Märkten und sonstigen umweltbezogenen Nutzungskonflikten ableiten.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Fees, E., Seeliger, A. (2013): Umweltökonomie und Umweltpolitik, 4. Auflage, München.</p> <p>Endres, A. (2013): Umweltökonomie, 4. Auflage, Stuttgart.</p> <p>Rogall, H. (2012): Nachhaltige Ökonomie: Ökonomische Theorie und Praxis einer Nachhaltigen Entwicklung, Marburg.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Modul 164330: Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte

Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte
Code	164330
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Umwelt und Nachhaltigkeit)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Hanss
Dozent(in)	Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner, weitere (externe) Dozenten/innen, N.N. Prof. Dr. Martin Führ, weitere (externe) Dozenten/innen, N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Präsentation oder Studienarbeit (gem. Ankündigung der Dozenten) in der Lehrveranstaltung Umwelt und Nachhaltigkeitsethik Prüfungsvoraussetzung in der Lehrveranstaltung Umwelt und Nachhaltigkeitsethik: Präsenzplicht im Seminar (gem. Ankündigung der Dozenten) Klausur (60 Minuten) in der Lehrveranstaltung Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik: <ul style="list-style-type: none"> - Umwelt- und Naturethik - Mensch, Natur, Kultur - Nachhaltigkeitskonzepte und deren ethische Fundierung - Intra- und intergenerationelle Gerechtigkeit - Technik und Nachhaltigkeit - Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität - Aktuelle ethische Problemlagen und Fallbeispiele

	<p>Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bundesdeutsches Umweltrecht mit seinen europarechtlichen und internationalen Bezügen - Grundzüge im Produkt- und Verbraucherschutzrecht - Aktuelle Entwicklungstendenzen und Anwendungsbeispiele
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Studierenden kennen die zentralen Konzepte von Ethik und Recht bezüglich Umwelt und Nachhaltigkeit. Sie besitzen die kognitiven und praktischen Fertigkeiten, die Konzepte zur Analyse von Konfliktsituationen anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, erworbenes Wissen und methodische Fertigkeiten auf neue Problemlagen zu transferieren und diese zur ethischen und juristischen Analyse sowie zur Urteilsbildung zu verwenden. Darüber hinaus sind sie imstande, praxisrelevante Beiträge zur Problemlösung in Anwendungsfeldern zu entwickeln.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Zwei Seminare über je 1 Semester (je 2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	<p>Zwei Lehrveranstaltungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik - Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit
Notwendige Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	<p>Empfohlene Literatur Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik:</p> <p>Grunwald, Armin/ J. Kopfmüller: Nachhaltigkeit. Campus 2012.</p>

	<p>Ott, Konrad: Umweltethik. Zur Einführung. Junius 2014.</p> <p>Empfohlene Literatur Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit:</p> <p>Erbguth/Schlacke, Umweltrecht, Baden-Baden 2014</p> <p>Storm, Umweltrecht, Berlin 2015</p> <p>Rengeling, Hans-Werner (Hrsg.), Handbuch des Europäischen und Deutschen Umweltrechts (EUDUR), Köln 2003.</p> <p>Hansmann, Klaus/Sellner, Dieter/ Reh binder, Eckhard, Grundzüge des Umweltrechts, Berlin 2012.</p> <p>Führ, Martin, Praxishandbuch REACH, Köln 2011.</p> <p>Führ, Martin, Technikrecht und Standardisierung, in: Wegener (Hrsg.), Enzyklopädie Europarecht [EnzEuR], Band 8, Europäische Querschnittpolitiken, § 4, Baden-Baden 2014.</p> <p>Weitere Literatur wird in den Lehrveranstaltungen angegeben.</p>
--	--

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik
Code	164331
Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner, ggf. andere Lehrende aus dem Studienbereich
Prüfungsart	Präsentation oder Studienarbeit (gem. Ankündigung der Dozenten) Prüfungsvoraussetzung: Präsenzplicht im Seminar (gem. Ankündigung der Dozenten)
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Umwelt- und Naturethik: ethische Positionen und Argumentationen - Mensch, Natur, Kultur: z.B. kulturhistorische und anthropologische Bezüge; Mensch-Natur-Verhältnis - Nachhaltigkeitskonzepte und deren ethische Fundierung: z.B. Diskussion um schwache und starke Nachhaltigkeit; integratives Nachhaltigkeitskonzept - Intra- und intergenerationelle Gerechtigkeit: z.B. Begründungsformen einer Zukunftsverantwortung und Generationengerechtigkeit - Technik und Nachhaltigkeit: z.B. Technikfolgenabschätzung - Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität - Aktuelle ethische Problemlagen und Fallbeispiele
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die zentralen Grundlagen, Konzepte und Positionen der Umwelt- und Naturethik. Sie sind darüber hinaus mit verschiedenen Nachhaltigkeitskonzepten sowie deren ethischen Fundierungen und Herausforderungen vertraut (z.B. intragenerationelle Verantwortung und Zukunftsverantwortung). Ferner kennen die Studierenden ethische Positionen zu den</p>

	<p>Zusammenhängen von Technik und Nachhaltigkeit sowie Wachstum, Wohlstand und Lebensqualität und sind mit aktuellen umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen ethischen Problemlagen und Fallbeispielen vertraut.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden besitzen die kognitiven und praktischen Fertigkeiten, die o.g. Konzepte zur Analyse von ethischen Problemlagen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit anzuwenden.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, die methodischen Fertigkeiten auf neue Problemlagen zu transferieren und zur ethischen Analyse und Urteilsbildung zu verwenden. Ferner sind sie imstande, praxisrelevante Beiträge zur Ethik-basierten Problemlösung zu entwickeln.</p>
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Grunwald, Armin/ J. Kopfmüller: Nachhaltigkeit. Campus 2012.</p> <p>Ott, Konrad: Umweltethik. Zur Einführung. Junius 2014.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit
Code	164332
Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Martin Führ, weitere (externe) Dozenten/innen, N.N.
Prüfungsart	Klausur (60 Minuten)
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Bundesdeutsches Umweltrecht mit seinen europarechtlichen und internationalen Bezügen - Grundzüge im Produkt- und Verbraucherschutzrecht - Aktuelle Entwicklungstendenzen und Anwendungsbeispiele
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die zentralen rechtlichen Vorgaben zu Umwelt und Nachhaltigkeit einschließlich der entsprechenden Regelwerke mit den darin verankerten Instrumenten. Darüber hinaus sind die Studierenden mit aktuellen Entwicklungstendenzen und Anwendungsproblemen vertraut.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Konfliktsituationen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit anhand der rechtlichen Vorgaben einordnen und aus juristischer Perspektive analysieren. Sie können Strategien zur Bewältigung von Konfliktsituationen entwickeln und hierbei juristische, kommunikative und organisatorische Elemente einbeziehen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, erworbenes Wissen und methodische Fertigkeiten auf Anwendungsprobleme, zum Beispiel in Wirtschaftsunternehmen, zu transferieren. Sie sind in der Lage, Implikationen</p>

	umweltrechtlicher Vorgaben für die strategische und operative Unternehmensführung abzuleiten.
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Erbguth/Schlacke, Umweltrecht, Baden-Baden 2014</p> <p>Storm, Umweltrecht, Berlin 2015</p> <p>Rengeling, Hans-Werner (Hrsg.), Handbuch des Europäischen und Deutschen Umweltrechts (EUDUR), Köln 2003.</p> <p>Hansmann, Klaus/Sellner, Dieter/ Rehbinder, Eckhard, Grundzüge des Umweltrechts, Berlin 2012.</p> <p>Führ, Martin, Praxishandbuch REACH, Köln 2011.</p> <p>Führ, Martin, Technikrecht und Standardisierung, in: Wegener (Hrsg.), Enzyklopädie Europarecht [EnzEuR], Band 8, Europäische Querschnittpolitiken, § 4, Baden-Baden 2014.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Modul 164410: Wirtschaftspsychologisches Projekt I

Modulbezeichnung	Wirtschaftspsychologisches Projekt I
Code	164410
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Daniela Lohaus,
Dozent(in)	Prof. Dr. Ingo Hamm, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Daniela Lohaus, , weitere (externe) Dozenten/innen, N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Studienarbeit
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>Die Studierenden bearbeiten in Gruppen ein wirtschaftspsychologisches empirisches Projekt für einen Auftraggeber, z.B. Wirtschaftsunternehmen, Forschungsinstituten oder Hochschulen. Die Projekte werden durch Lehrpersonal der Hochschule akquiriert bzw. bereitgestellt. Aufgabe der Studierenden ist die eigenständige Organisation und Bearbeitung der Projektaufgabe unter Anleitung des/der betreuenden Dozent/-innen.</p> <p>Beispiele für Projektthemen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeption einer Werbekampagne zur Image-Verbesserung einer Nicht-Regierungs-Organisation - Durchführung einer Internet-Umfrage zu Einkaufsgewohnheiten - Durchführung einer Face-to-Face-Befragung mit Verbrauchern zu einer Produktzufriedenheit - Konsumenten-Workshop zur Namensfindung einer Produktinnovation - Entwicklung und/oder Evaluation einer Maßnahme zur Förderung von nachhaltigem Handeln

	<ul style="list-style-type: none"> - Untersuchung der Wahrnehmung von Umweltrisiken oder -stressoren in der Öffentlichkeit - Untersuchung der Verbraucherwahrnehmung von Produktlabels (z.B. Umweltsiegel) - Konzeption/Durchführung/Auswertung von Mitarbeiterbefragungen - Entwicklung/Optimierung/Evaluierung von Personalauswahlverfahren - Entwicklung eines Hochschulmarketingkonzepts - Stresserleben im Beruf
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie wirtschaftspsychologische Forschungs-/Praxisprojekte geplant und durchgeführt werden. Dies umfasst Grundlagen des Forschungs- und Projektmanagements und ggf. die praktische Anwendung in der Zusammenarbeit mit Institutionen und Unternehmen. Sie kennen aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen in Forschungs- und Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie. Ihnen sind Ansätze zur Untersuchung und Lösung dieser Fragestellungen bekannt.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können relevante empirische Erkenntnisse, Theorien und/oder Methoden identifizieren und sich weiterführende Informationen eigenständig erschließen. Sie können das Wissen zur Untersuchung und Lösung der projektspezifischen Fragestellungen anwenden. Hierfür können die Studierenden eine Projektaufgabe angemessen zeitlich und inhaltlich strukturieren sowie praktisch umsetzen, den Projektfortschritt evaluieren und dokumentieren. Die Studierenden haben Fertigkeiten in der Erstellung projektrelevanter Dokumente (Zeitplan, Angebot, Projektbericht) erworben und Erfahrungen im fachlichen Austausch mit Fachvertretern und Laien gewonnen.</p>

	<p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden haben ein wirtschaftspsychologisches Praxis- oder Forschungsprojekt durchgeführt. Die Studierenden sind in der Lage, Implikationen von Forschungsergebnissen für Anwendungsfelder abzuleiten und Ideen für deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln. Das Projekt fördert die Kompetenz, Kenntnisse und Fertigkeiten in andere Kontexte, etwa neue Projektsituationen, zu übertragen. Des Weiteren haben die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und ihre Kompetenzen, im Team zu arbeiten, ausgebaut. Sie haben spezifische Erfahrungen gewonnen, die sie für die Anforderungen der Berufspraxis vorbereiten und eine inhaltliche Orientierung für eine Abschlussarbeit bieten können.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Seminar (1 SWS), Projekt (3 SWS) über 2 Semester
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	300 h Arbeitsaufwand, 120 h Präsenz, 180 h Selbststudium/ 10 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung über zwei Semester
Notwendige Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des empirischen Forschungspraktikums
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	Wird jeweils in Abhängigkeit vom konkreten Projektinhalt definiert und während der Veranstaltung vorgeschlagen.

Modul 164420: Wirtschaftspsychologisches Projekt II

Modulbezeichnung	Wirtschaftspsychologisches Projekt I
Code	164420
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Daniela Lohaus,
Dozent(in)	Prof. Dr. Ingo Hamm, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Daniela Lohaus, , weitere (externe) Dozenten/innen, N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Studienarbeit
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden bearbeiten in Gruppen ein wirtschaftspsychologisches empirisches Projekt für einen Auftraggeber, z.B. Wirtschaftsunternehmen, Forschungsinstituten oder Hochschulen. Die Projekte werden durch Lehrpersonal der Hochschule akquiriert bzw. bereitgestellt. Aufgabe der Studierenden ist die eigenständige Organisation und Bearbeitung der Projektaufgabe unter Anleitung des/der betreuenden Dozent/-innen. <p>Beispiele für Projektthemen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeption eines Drehbuchs für einen Werbefilm unter werbepsychologischen Gesichtspunkten - Überarbeitung eines Shop-Designs zur Verbesserung des Produktabsatzes - Konzeption einer Zeitschriftenstruktur unter medienspsychologischen Gesichtspunkten etc. - Durchführung eines Mystery-Shoppings - Konzeption einer teilnehmenden Beobachtung und Befragung zur Erforschung von Mobilitäts-Trends etc.

	<ul style="list-style-type: none"> - Untersuchung der Akzeptanz von Ansätzen zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung (z.B. neue Technologien, politische Maßnahmen, Unternehmensstrategien) - Entwicklung von Strategien zur Positionierung und Absatzförderung von nachhaltigen Produkten - Konzipierung einer öffentlichkeitswirksamen Kampagne für eine Umweltorganisation - Untersuchung der Wahrnehmung der Arbeitgeberattraktivität - Entwicklung/Evaluation von Integrationsprogrammen für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - Entwicklung/Optimierung/Evaluierung von Trainingsmaßnahmen - Untersuchung von Arbeitsfähigkeit und Arbeitsbedingungen verschiedener Berufsgruppen
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie wirtschaftspsychologische Forschungs-/Praxisprojekte geplant und durchgeführt werden. Dies umfasst Grundlagen des Forschungs- und Projektmanagements und ggf. die praktische Anwendung in der Zusammenarbeit mit Institutionen und Unternehmen. Sie kennen aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen in Forschungs- und Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie. Ihnen sind Ansätze zur Untersuchung und Lösung dieser Fragestellungen bekannt.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können relevante empirische Erkenntnisse, Theorien und/oder Methoden identifizieren und sich weiterführende Informationen eigenständig erschließen. Sie können das Wissen zur Untersuchung und Lösung der projektspezifischen Fragestellungen anwenden. Hierfür können die Studierenden eine Projektaufgabe angemessen zeitlich und inhaltlich strukturieren sowie praktisch umsetzen, den Projektfortschritt evaluieren und dokumentieren.</p>

	<p>Die Studierenden haben Fertigkeiten in der Erstellung projektrelevanter Dokumente (Zeitplan, Angebot, Projektbericht) erworben und Erfahrungen im fachlichen Austausch mit Fachvertretern und Laien gewonnen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden haben ein wirtschaftspsychologisches Praxis- oder Forschungsprojekt durchgeführt. Die Studierenden sind in der Lage, Implikationen von Forschungsergebnissen für Anwendungsfelder abzuleiten und Ideen für deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln. Das Projekt fördert die Kompetenz, Kenntnisse und Fertigkeiten in andere Kontexte, etwa neue Projektsituationen, zu übertragen. Des Weiteren haben die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und ihre Kompetenzen, im Team zu arbeiten, ausgebaut. Sie haben spezifische Erfahrungen gewonnen, die sie für die Anforderungen der Berufspraxis vorbereiten und eine inhaltliche Orientierung für eine Abschlussarbeit bieten können.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Seminar (1 SWS), Projekt (3 SWS) über 2 Semester
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	300 h Arbeitsaufwand, 120 h Präsenz, 180 h Selbststudium/ 10 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung über zwei Semester
Notwendige Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des empirischen Forschungspraktikums
Häufigkeit des Angebots	Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	Wird jeweils in Abhängigkeit vom konkreten

	Projektinhalt definiert und während der Veranstaltung vorgeschlagen.
--	--

Modul 166100: Praxismodul

Modulbezeichnung	Praxismodul
Code	166100
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Praxisbeauftragte/r
Dozent(in)	Lehrende des Studienbereichs
Dauer	1 Semester
Credits	15 CP
Prüfungsart	Teilnahme im Begleitseminar inkl. Poster für Poster Session
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Die <i>Praxisphase</i> findet in Form eines begleiteten Praktikums außerhalb der Hochschule in einem geeigneten Betrieb oder einer geeigneten Einrichtung statt. Sie dauert mindestens zwölf Wochen. - Das <i>Begleitseminar</i> bereitet die Praxisphase vor und nach und dient zudem der Reflexion und Aufarbeitung der Erfahrungen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p>Die Praxisphase dient der Orientierung der Studierenden im angestrebten Berufsfeld für die Ausübung der Tätigkeit als Wirtschaftspsychologen. Die angestrebte Schaffung persönlicher Kontakte zu Betrieben/Einrichtungen soll es den Studierenden auch ermöglichen, Themen und Anknüpfungspunkte für die Anfertigung von Abschlussarbeiten zu finden.</p> <p>Die Studierenden kennen die Arbeit von Wirtschaftspsychologen durch eigene praxisbezogene Tätigkeiten. Sie kennen die organisatorischen und wirtschaftlichen Zusammenhänge und Prozesse eines einschlägigen Betriebes und seiner sozialen Strukturen</p>

	<p>Die Studierenden können typische Aufgabenstellungen für Wirtschaftspsychologen in der Praxis erfolgreich bearbeiten. Sie beherrschen die in der Praxis relevanten organisatorischen und kommunikativen Prozesse.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die im Studium erworbenen Kenntnisse in der Praxis umzusetzen. Sie sind in der Lage, den sachlichen und sozialen Anforderungen der beruflichen Praxis zu genügen.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Praxiserfahrung Begleitseminar (2 SWS) an der Hochschule
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	360 Stunden Praxisphase Begleitseminar (2 SWS, 2,5 CP). Kontaktzeit (Begleitseminar): ca. 18 h; Selbststudium ca. 72 h
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Begleitseminar über 1 Semester
Notwendige Voraussetzungen	<ol style="list-style-type: none"> 1. alle Module des 1. bis 3. Semesters sind erfolgreich mit Leistungsnachweis abgeschlossen 2. die Voraussetzungen der BBPO und Praxisordnung sind erfüllt.
Empfohlene Voraussetzungen	Alle Module des 1. bis 5. Semesters sind bereits vor Beginn des Bachelormoduls erfolgreich abgeschlossen
Häufigkeit des Angebots	Im Sommersemester
Literatur	Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben

Modul 166200: Bachelormodul

Modulbezeichnung	Bachelormodul
Code	166200
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Studiengangsleitung
Dozent(in)	Lehrende des Studienbereichs
Dauer	1 Semester, maximale Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit: 12 Wochen
Credits	15 CP, davon 3 CP Begleitseminar
Prüfungsart	Bachelorarbeit (12 Wochen) und Kolloquium (30-45 Minuten, davon 10-15 Minuten mündliche Präsentation der Arbeit)
Sprache	Deutsch oder Englisch
Inhalt	Anfertigung der Bachelorarbeit in deutscher oder englischer Sprache, inklusive einer deutschen und einer englischen Zusammenfassung. Aktive Teilnahme am Begleitseminar zur Bachelorarbeit, inklusive einer Präsentation des Zwischenstandes der eigenen Arbeit. Kolloquium zur Bachelorarbeit
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Bachelorarbeit soll zeigen, dass die Kandidatin oder der Kandidat fähig ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine wirtschaftspsychologische Fragestellung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Die Studierenden kennen die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens im Bereich Wirtschaftspsychologie. Die Studierenden können wirtschaftspsychologische Fragestellungen selbständig mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten.

	Die Studierenden sind in der Lage, die im Studium erworbenen Kenntnisse in einer einschlägigen theoretischen oder empirischen Arbeit selbstständig umzusetzen.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Specialized level course (Modul zum Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)
Lehrform/SWS	Abschlussarbeit (Bearbeitungszeit maximal 12 Wochen) Begleitseminar (3 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	450 h Arbeitsaufwand, 45 h Präsenz, 405 h Selbststudium /15 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Begleitseminar zur Bachelorarbeit (3 SWS)
Notwendige Voraussetzungen	Zulassung zum Bachelormodul durch den Prüfungsausschuss auf schriftlichen Antrag bei Vorliegen folgender Voraussetzungen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Alle Module des 1. bis 3. Semesters sind erfolgreich abgeschlossen 2. Aus den Studienschwerpunkten sind Module im Umfang von mindestens 40 CP erfolgreich abgeschlossen. 3. Die im Rahmen des Praxismoduls vorgesehene Praxiszeit muss nachgewiesen werden. Zum Kolloquium wird nur zugelassen, wer alle Module mit Ausnahme des Bachelormoduls erfolgreich bestanden hat.
Empfohlene Voraussetzungen	Alle Module des 1. bis 5. Semesters sind bereits vor Beginn des Bachelormoduls erfolgreich abgeschlossen
Häufigkeit des Angebots	Mindestens jährlich (jeweils im Sommersemester), ggf. auch Angebot im Wintersemester möglich
Literatur	Die Literatur richtet sich nach dem gewählten Thema der Bachelorarbeit und wird individuell zwischen Studierenden und Betreuungspersonen abgestimmt.