



h_da

HOCHSCHULE DARMSTADT
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

h_da

HOCHSCHULE DARMSTADT
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

fbgs

FACHBEREICH
GESELLSCHAFTSWISSENSCHAFTEN
UND SOZIALE ARBEIT

Anlage 5

Modulhandbuch des Studiengangs

Wirtschaftspsychologie

Bachelor of Science

des Fachbereichs Gesellschaftswissenschaften und
Soziale Arbeit

der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

vom 02.12.2014

Datum des Fachbereichsratsbeschlusses

gültig ab 01.04.2015

Beginn des auf den Beschluss folgenden Semesters

zugehörige BBPO vom 28.05.2013 veröffentlicht in den Amtlichen
Mitteilungen im Jahr 2013

Inhalt

Modul 1110:	Einführung in die Psychologie.....	3
Modul 1120:	Wahrnehmung und Neuropsychologie.....	7
Modul 1210:	Wirtschaftliche Grundlagen I.....	10
Modul 1220:	Ethisch-philosophische Grundlagen I.....	17
Modul 1310:	Empirische Forschungsmethoden.....	24
Modul 1410:	Sozial- und Kulturwissenschaften I.....	27
Modul 2110:	Sozial- und Kommunikationspsychologie.....	30
Modul 2120:	Motivations- und Lernpsychologie.....	33
Modul 2210:	Wirtschaftliche Grundlagen II.....	36
Modul 2220:	Rechtliche Grundlagen.....	43
Modul 2310:	Quantitative Methoden I.....	45
Modul 2410:	Sozial- und Kulturwissenschaften II.....	47
Modul 3110:	Differenzielle Psychologie und Diagnostik.....	49
Modul 3120:	Denken und Entscheiden.....	51
Modul 3210:	Ethisch-philosophische Grundlagen II.....	53
Modul 3310:	Quantitative Methoden II.....	60
Modul 3320:	Qualitative Methoden.....	63
Modul 3410:	Sprachen.....	65
Modul 4110:	Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie.....	70
Modul 4120:	Arbeit, Organisation und Personal: Wirtschaftliche Aspekte.....	72
Modul 4130:	Arbeit, Organisation und Personal: Ethische u. rechtliche. Aspekte.....	80
Modul 4140:	Arbeit, Organisation und Personal: Projekt.....	88
Modul 4210:	Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie.....	91
Modul 4220:	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte.....	94
Modul 4230:	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche. Aspekte.....	101
Modul 4240:	Markt, Konsumenten und Medien: Projekt.....	107
Modul 4310:	Umweltpsychologie.....	110
Modul 4320:	Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte.....	113
Modul 4330:	Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte.....	121
Modul 4340:	Umwelt und Nachhaltigkeit: Projekt.....	128
Modul 6100:	Praxismodul.....	131
Modul 6200:	Bachelormodul.....	133

Modul 1110: Einführung in die Psychologie

Modulbezeichnung	Einführung in die Psychologie
Code	1110
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	Prüfungsvorleistungen: kurze Seminararbeit (10 Seiten) und Präsentation, Anwesenheitspflicht in den Übungssitzungen Prüfung: Klausur (60 min) Gewichtung von Seminararbeit, Präsentation und Klausur jeweils 1/3, 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

	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentieren wissenschaftlicher Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung einer Präsentation - Inhalt und Aufbau einer Präsentation - 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 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 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, neue psychologische Inhalte sinnvoll in einen wissenschaftlichen Gesamtkontext einzuordnen und auf praktische Anwendungsgebiete zu übertragen. Sie können 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 (2 SWS), Übung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul Einführung in die Psychologie 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>Selbst recherchierte Literatur zu den einzelnen Seminarthemen</p> <p>Skript zur Lehrveranstaltung</p> <p>Ergänzende Literaturempfehlungen: Zur Einführung in psychologische Themengebiete:</p> <p>Gerrig, R. J. & Zimbardo, P. G. (2008). <i>Psychologie</i> (18. aktualisierte Auflage). München: Pearson.</p> <p>Myers, D. G. (2008). <i>Psychologie</i> (2. erweiterte und aktualisierte 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 (2009). <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>

	Kornmeier, M. (2012). <i>Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation</i> . Bern: Haupt UTB.
--	---

Modul 1120: Wahrnehmung und Neuropsychologie

Modulbezeichnung	Wahrnehmung und Neuropsychologie
Code	1120
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stefanie Winter
Dozent(in)	Alessandra Bähr
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: Präsentation, Gewichtung 1/3 Prüfung: Klausur (90 Minuten), Gewichtung 2/3
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Wahrnehmungs- und Neuropsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Wahrnehmung und ihre Messmethoden - Einführung in die Biologischen Grundlagen - Kognitive Verarbeitungsprozesse - Sensorische Prozesse und Wahrnehmung: <ul style="list-style-type: none"> - Visuelle Wahrnehmung und Aufmerksamkeit - Auditive Wahrnehmung - Somatosensorische Wahrnehmung - Chemische Wahrnehmung - Bewusstsein und Schlaf - Bewegung und Muskel <p>Aktuelle Entwicklungen und Methoden der Neuropsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Messmethoden der Neuropsychologie - Physiologie des zentralen und peripheren Nervensystems - Aktuelle Entwicklungen in 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></p> <p>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.</p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen die sensorischen Wahrnehmungsprozesse.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Phasen und Prozesse von Bewusstsein und Schlaf.</p> <p>Die Studierenden verstehen den Aufbau von Motorik und Handlung.</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 und erarbeiteter empirischer Methoden aufzubereiten, zu analysieren und zu präsentieren.</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 konkret 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 und in kleineren Studien anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Methoden und Ergebnisse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie für die</p>
--	---

	<p>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 und anwenden.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage erste wissenschaftlich begründete Handlungsempfehlungen für die Praxis zu formulieren.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen, Referaten/Präsentationen, Übungen (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>Pflichtlektüre:</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>

Modul 1210: Wirtschaftliche Grundlagen I

Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen I
Code	1210
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Döring
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring Prof. Dr. Carsten Wirth
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	2 Klausuren à 90 Minuten, davon jeweils eine Klausur zu den volkswirtschaftlichen und zu den betriebswirtschaftlichen Grundlagen; um das Modul erfolgreich zu absolvieren, müssen beide Klausuren bestanden werden.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Grundlagen I:</p> <p>Kennenlernen von grundlegenden Prinzipien der Volkswirtschaftslehre (Knappheitsprinzip, Nutzenmaximierung, Opportunitätskosten etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 I:</p> <p>Kennenlernen der grundlegenden Theorien und Modelle der Betriebswirtschaftslehre sowie deren Einfluss auf die unternehmerische Praxis</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen sowie kritische Reflexion der sozialen

	<p>und wirtschaftlichen Bedeutung von Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aneignung grundlegender Kenntnisse über Unternehmensführung, Unternehmensethik, Zielsetzung, Strategien sowie relevanter Modelle und Konzepte zur Entscheidungsunterstützung
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. 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 überblicken.</p>
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)	Volkswirtschaftslehre I Betriebswirtschaftslehre I
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>Weber, W. / Kabst, R. (2011). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Gabler.</p> <p>Paul, Joachim (2011). Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 2. Auflage, Gabler.</p> <p>Dillerup, R. / Stoi, R. (2011). Unternehmensführung. Vahlen.</p> <p>Macharzina, K. / Wolf, Joachim (2010). Unternehmensführung. Gabler.</p> <p>Johnson, G. / Scholes, K. / Whittington, R. (2011). Strategisches Management. Pearson.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Volkswirtschaftslehre I

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Volkswirtschaftslehre I
Code	1212
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen I
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring
Prüfungsart	Klausur
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 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</p>

	Märkten ableiten.
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Mankiw, N.G., Taylor, M.P (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel. Varian, H.R. (2011), Grundzüge der Mikroökonomik. 8. Auflage, Oldenbourg. Pindyck, R.S. / Rubinfeld, D.L. (2009): Mikroökonomie. 7. Auflage, Pearson

Lehrveranstaltungsbeschreibung Betriebswirtschaftslehre I

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Betriebswirtschaftslehre I
Code	1211
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen I
Dozent(in)	Prof. Dr. Carsten Wirth
Prüfungsart	Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin (Begriffliche Einordnungen und Abgrenzung, Gegenstand, Modelle) - Theoretische Grundlagen (Faktortheoretischer Ansatz, Entscheidungstheoretischer Ansatz, Systemtheoretischer Ansatz, Industrieökonomischer Ansatz, Ressourcenbasierter Ansatz) - Gesellschaftliches, wirtschaftliches und rechtliches Umfeld (Wirtschaftsordnung und -system, Standortwahl, Unternehmensverfassung, Rechtsformwahl, Bedeutung unterschiedlicher Institutionensysteme für Handeln in der Wirtschaft) - Unternehmensführung (Normative Unternehmensführung, Strategische Unternehmensführung, Planung und Kontrolle, Organisation, Personalführung, Informationsmanagement)
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen 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 die hinsichtlich Einrichtung, Aufbau und Ablauf eines Betriebs 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 betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/

	2,5 CP
Literatur	<p>Weber, W. / Kabst, R. (2011). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Gabler.</p> <p>Paul, Joachim (2011). Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 2. Auflage, Gabler.</p> <p>Dillerup, R. / Stoi, R. (2011). Unternehmensführung. Vahlen.</p> <p>Macharzina, K. / Wolf, Joachim (2010). Unternehmensführung. Gabler.</p> <p>Johnson, G. / Scholes, K. / Whittington, R. (2011). Strategisches Management. Pearson.</p>

Modul 1220: Ethisch-philosophische Grundlagen I

Modulbezeichnung	Ethisch-philosophische Grundlagen I
Code	1220
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jan C. Schmidt / Prof. Dr. Nicola Erny
Dozent(in)	Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner
Dauer	1 Semester
Credits	5 CPs (2,5 CPs je Lehrveranstaltung)
Prüfungsart	Allgemeine Prüfungsvorleistung: Anwesenheitspflicht Prüfungsvorleistung: Referat oder Hausarbeit, zu erbringen der Lehrveranstaltung Ethische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (Gewichtung 50% der Modulnote) Prüfungsleistung: Klausur, zu erbringen der Lehrveranstaltung Wissenschaftstheorie der Psychologie (Gewichtung 50% der Modulnote)
Sprache	Deutsch
Inhalt	Themenschwerpunkte: - Wissenschaftstheorie der Psychologie - Ethische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie Das Modul führt in die philosophischen, wissenschaftstheoretischen, ethischen und geschichtlichen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie ein. Es reflektiert grundlegend Zugänge, Genesen, Geltungen und Praxis wirtschaftspsychologischen Wissens, Wertens und Handelns.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sollen die Grundpositionen und die methodischen Grundlagen der Ethik, insbesondere der Wirtschafts-, Unternehmens- und Forschungsethik sowie der Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaften, insbesondere der Psychologie kennen lernen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien.

	<p><u>Fähigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, philosophische Fragestellungen, insbesondere ethische Problemlagen und wissenschaftstheoretische 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 wirtschaftspsychologischen Kontext.</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau. Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminarform mit Vorlesungselementen in jeder der 2 Lehrveranstaltungen des Moduls, wobei jede Lehrveranstaltung 2 SWS umfasst. Die Gruppengröße ist aufgrund der seminaristischen Lehr-Lern-Form auf max. 35 Teilnehmer begrenzt.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul besteht aus zwei Lehrveranstaltungen <ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftstheorie - Ethische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Medienformen	Beamer, Laptop, Poster, Flipchart, Karteikarten
Literatur	<p>Aßländer, M.S., 2011: Handbuch Wirtschaftsethik, Stuttgart</p> <p>Gadenne, V., 2004: Philosophie der Psychologie. Bern</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>Karmasin, M./ M. Litschka, 2008: Wirtschaftsethik – Theorien, Strategien, Trends. Münster</p>

	Poser, H., 2001: Wissenschaftstheorie; Stuttgart Stoecker, R. et al. (Hg.), 2011: Handbuch Angewandte Ethik; Stuttgart
--	--

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Ethische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Ethische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
Code	1221
Modulbezeichnung	Ethisch-philosophische Grundlagen I
Dozent(in)	Prof. Nicola Erny, Prof. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner
Inhalt	<p>Theoretische und historische Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben und Methoden der philosophischen Ethik - Historische Hintergründe der Wirtschafts- und Unternehmensethik - Theoriemodelle in Wirtschafts- und Unternehmensethik <p>Anwendungsperspektiven und Praxisbezug:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftsethik als Angewandte Ethik - Verantwortung und Ökonomie - Markt und Moral - Werthaltungen in Unternehmen - Praktische Umsetzung: Ethikkodizes, Wertemanagement, Sozialstandards, Stakeholdermanagement, Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Nachhaltigkeitsberichtserstattung) - Bereichsethische Konflikte in der Wirtschaftspsychologie (Fallbeispiele)
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Grundargumentationen der philosophischen Ethik (historisch und systematisch) sowie die verschiedenen Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik und können diese vor dem Hintergrund wirtschaftsethischer Theorien reflektieren und auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen anwenden.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Grundprobleme der Wirtschafts- und Unternehmensethik analysieren und in Hinblick auf Anforderungen im wirtschaftspsychologischen Kontext bewerten.</p>

	<p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, das Problem der normativen Orientierung in der Ökonomik systematisch und kasuistisch zu bewerten. Sie können kritisch mit Fallbeispielen umgehen und deren ethisches Konfliktpotential in Hinblick auf praktische Lösungsstrategien einordnen und analysieren.</p>
Lehrform/SWS	Seminaristische LV mit Vorlesungselementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 Std. Arbeitsaufwand, 30 Std. Präsenz, 45 Std. Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Abländer, M.S., 2011: Handbuch Wirtschaftsethik, Stuttgart</p> <p>Abländer, M.S., 2011: Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Münster</p> <p>Götzelmann, A., 2010: Wirtschaftsethik Workshop kompakt: Ein Studien- und Arbeitsbuch zur Einführung in die ökonomische Ethik, Norderstedt</p> <p>Heidenreich, F., 2012: Wirtschaftsethik zur Einführung, Hamburg</p> <p>Karmasin, M./ M. Litschka, 2008: Wirtschaftsethik – Theorien, Strategien, Trends. Münster</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Wissenschaftstheorie

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Wissenschaftstheorie
Code	1222
Modulbezeichnung	Ethisch-philosophische Grundlagen I
Dozent(in)	Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Prof. Dr. Nicola Erny, Dr. Bernd Wagner
Prüfungsart	Abschlussklausur im Verhältnis (auf Wunsch kann individuell ¼ der Klausurnote durch eine Zusatzleistung kompensiert werden: Kurzvortrag, Protokoll, o.Ä.)
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, 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	Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Anteil Präsenzzeit	2 SWS
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	Über die Klausurvorbereitung bzw. die Klausur- und Vortragsvorbereitung hinaus keine zusätzliche Abschlussprüfung
Literatur	<p>Bartels, A., Stöckler, M., 2007: Wissenschaftstheorie; Paderborn</p> <p>Gadenne, V., 2004: Philosophie der Psychologie. Bern</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>

Modul 1310: Empirische Forschungsmethoden

Modulbezeichnung	Empirische Forschungsmethoden
Code	1310
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Johannes von Tiling
Dozent(in)	Dr. Johannes von Tiling, Constanze Kubach
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung (40% der Gesamtnote) Prüfungsleistung: Klausur (60 Minuten) (60% der Gesamtnote)
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Ablauf eines empirischen Forschungsprozesses - Qualitative und quantitative Forschung - Hypothesenkonstruktion - Messen und Skalieren - Befragung und Beobachtung - Stichprobenauswahl / Bestimmung der Stichprobengröße - Experimentelle Designs - 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 (dazu jeweils Einsatzgebiete, Voraussetzungen und Berechnung, grafische Ergebnisdarstellung)
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 anwenden. Sie verfügen über grundlegende Fertigkeiten Konstruktion von Frage- sowie Beobachtungsbögen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, empirische Studien hinsichtlich ihrer Qualität einzuschätzen. Sie können außerdem 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) Praktikum/Übung (2 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>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>Diekmann, A. (2012). Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.</p> <p>Field, A. P. (2013): Discovering statistics using SPSS. Los Angeles: Sage.</p> <p>Huber, O. (2013). Das psychologische Experiment. Eine Einführung. Bern: Hans Huber.</p> <p>Schnell, R. & Hill, P.B. & Esser, E. (2011): Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg.</p> <p>Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler.</p>

	München: Pearson.
--	-------------------

Modul 1410: Sozial- und Kulturwissenschaften I

Vorbemerkung: Mit dem Begleitstudium „Sozial- und Kulturwissenschaften (SuK) setzt die Hochschule Darmstadt die Idee einer interdisziplinären Komplementärausbildung zu den Hauptstudiengängen 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 Fragestellungen. Dies erlaubt es den Studierenden, das Wissen der eigenen Disziplin in Hinblick auf Zweck und Relevanz zu hinterfragen und bestehende Positionen zu problematisieren, um so neues Potential entfalten zu können. Es ist gegliedert in Sozial und Kulturwissenschaften I und II. Sozial- und Kulturwissenschaften I vermittelt Grundlagen, während Sozial und Kulturwissenschaften II Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens und Reflektierens voraussetzt. Beispiele von Sozial- und Kulturwissenschaften-I-Veranstaltungen sind: Mensch, Kultur, Beschleunigung, Technikfolgenabschätzung in der Produkt- und Technikentwicklung, Klimawandel, Frauen in Naturwissenschaft und Technik, Geschichte der politischen Staatsgewalt in Europa, Interdisziplinäre Arbeitstechniken: Technikfolgenabschätzung, wissenschaftliches Lesen und Schreiben, Grundfragen der Philosophie: Freiheit, Kommunikation und Konfliktmoderation.

Modulbezeichnung	Sozial- und Kulturwissenschaften I
Code	1410
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Wahlpflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Dr. Kai Schuster
Dozent(in)	Alle Dozenten/innen SuK-Begleitstudium
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Je nach Veranstaltung optional Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation
Sprache	Deutsch, Englisch
Inhalt	Inhaltliche Themenfelder mit einer Vielzahl von Veranstaltungen, die für jedes Semester bedarfsorientiert entwickelt werden und nach einer Vorauswahl der

	<p>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)
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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	Jedes Semester
Literatur	Je nach Veranstaltung

Modul 2110: Sozial- und Kommunikationspsychologie

Modulbezeichnung	Sozial- und Kommunikationspsychologie
Code	2110
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stefanie Winter
Dozent(in)	Prof. Dr. Stefanie Winter
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 min)</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> <p>Kommunikationspsychologische Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation - Axiome gelungener Kommunikation nach Watzlawick - Vier Seiten einer Nachricht nach Schulz von Thun <p>Konstruktion der sozialen Welt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soziale Kognition - Soziale Wahrnehmung und Attributionsprozesse - Selbstkonzept - Kognitive Dissonanz - Einstellungen und Einstellungsänderungen <p>Soziale Interaktion und Verhalten in Gruppen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konformität - Gruppenprozesse - Interpersonelle Attraktion - Prosoziales Verhalten - Aggressives Verhalten - Vorurteile

	<ul style="list-style-type: none"> - Sozialpsychologie und nachhaltiger Lebensstil <p>Praktische Konsequenzen der sozialen Einflussnahme</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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, Wahrnehmung und Neuropsychologie, Empirische Forschungsmethoden
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Literatur	<p>Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. M. (2008). <i>Sozialpsychologie</i>. München: Pearson.</p> <p>Cialdini, R. B. (2013). <i>Die Psychologie des Überzeugens</i>. Bern: Huber.</p> <p>Schulz von Thun, F. (2011). <i>Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen</i>. Reinbek: rororo.</p> <p>Watzlawick, P., Beavin, J. H. & Jackson, D. D. (2011). <i>Menschliche Kommunikation</i>. Bern: Huber.</p>

Modul 2120: Motivations- und Lernpsychologie

Modulbezeichnung	Motivations- und Lernpsychologie
Code	2120
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Johannes von Tiling
Dozent(in)	Dr. Johannes von Tiling
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	(1) Klausur (60 Minuten) (100% der Gesamtnote) (2) mündliche Präsentation (30 Minuten) als unbenotete Prüfungsvorleistung. (3) Regelmäßige Anwesenheit als unbenotete Prüfungsvorleistung Alle drei Leistungen müssen bestanden sein.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Lernpsychologie <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklungsstränge der Lernpsychologie - Behavioristische Ansätze der Lernforschung - Kognitive Ansätze der Lernpsychologie - Begriffsbildung und Wissenserwerb - Lernen und Handeln - Lernen und Motivation • Motivationspsychologie <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklungsstränge der Motivationspsychologie - Biopsychologische Aspekte der Motivation - Zentrale Motivationstheorien: Person- und Situationsbedingungen, psychoanalytische Theorien, behavioristische Motivationskonzepte - Motivation und Emotion - Volition und Motivation im Handlungsgeschehen - Motivation am Arbeitsplatz

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Forschungstradition der Lern- und Motivationspsychologie und deren gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Grundlagen. Sie überblicken den Stand der Forschung, die theoretischen sowie methodischen Grundlagen der Motivations- und Lernpsychologie.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Lern-, Motivations- und Handlungsprozesse in wirtschaftspsychologischen Kontexten analysieren und gestalten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, Lernprozesse personen-, inhalts- und aufgabenbezogen zu analysieren und zu initiieren. Darüber hinaus vermögen es die Studierenden, motivierende Handlungsangebote aus der Perspektive verschiedener Akteursgruppen (Verbraucher, Nichtregierungsorganisationen, Produktentwickler, Stakeholder, etc.) zu analysieren, zu diskutieren und zu evaluieren sowie Vorschläge zur Gestaltung von Lern- und Motivationsprozessen zu unterbreiten.</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 Wahrnehmung und Neuropsychologie
Häufigkeit des Angebots	Nur im Sommersemester
Literatur	Edelmann, W. & Wittmann, S. (2012). Lernpsychologie. Weinheim Beltz-PVU. Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (Hrsg.) (2010). Motivation

	<p>und Handeln. Berlin/Heidelberg: Springer.</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. (2011). Motivation. Stuttgart: Kohlhammer.</p> <p>Rothermund, R., Eder, A. (2011). Allgemeine Psychologie: Motivation und Emotion.</p>
--	---

Modul 2210: Wirtschaftliche Grundlagen II

Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen II
Code	2210
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Döring
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring Prof. Dr. Carsten Wirth
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	2 Klausuren à 90 Minuten, davon jeweils eine Klausur zu den volkswirtschaftlichen und zu den betriebswirtschaftlichen Grundlagen; um das Modul erfolgreich zu absolvieren, müssen beide Klausuren bestanden werden.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Grundlagen II</p> <p>Kennenlernen von grundlegenden makroökonomischen Messkonzepten (Konzept und Berechnung des Bruttoinlandsprodukts, Konzept und Berechnung des Preisindex der Lebenshaltungskosten etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>Betriebswirtschaftliche Grundlagen II</p> <p>Kennenlernen des Zusammenhangs zwischen</p>

	<p>Unternehmens- und Funktionsstrategien</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen aller zentralen betrieblichen Funktionen, deren Ziele, Instrumente und Methoden (Human Resources Management; Finanz- und Rechnungswesen, Controlling; Beschaffung und Logistik; Produktion; Marketing / Absatzwirtschaft) - Illustration der zuvor genannten betrieblichen Funktionen mittels ausgewählter Fallstudien zur Sicherstellung des Theorie-Praxis-Transfers
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen gesamtwirtschaftliche Strukturen und Prozesse einschließlich der sie kennzeichnenden Aggregatsgrößen (Wirtschaftswachstum, Preisniveau, Beschäftigungsniveau etc.). Ferner sind die Studierenden mit den Hauptfunktionen eines Betriebs (Produktion, Beschaffung, Absatz, Investition und Finanzierung etc.) und den damit verbundenen grundlegenden Entscheidungsproblemen vertraut.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können gesamtwirtschaftliche Phänomene (Arbeitslosigkeit, Inflation, Konjunkturschwankungen etc.) makroökonomisch analysieren und hinsichtlich ihrer wirtschaftspolitischen Implikationen beurteilen. Darüber hinaus können die Studierenden die für die betrieblichen Bereiche Human Resources Management, Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Beschaffung und Logistik, Produktion, Marketing / Absatzwirtschaft relevanten Methoden und Instrumente in grundsätzlicher Form anwenden.</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. Die Studierenden sind darüber hinaus fähig, grundlegende Planungs-, Ziel- und Instrumentenentscheidungen in den zentralen Funktionsbereichen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken.</p>
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 II: Grundlagen der Makroökonomik Einführung in die Betriebswirtschaftslehre II: Grundlagen der betrieblichen Funktionsbereiche
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. Weber, W. / Kabst, R. (2011). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Gabler. Paul, Joachim (2011). Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 2. Auflage, Gabler.

Lehrveranstaltungsbeschreibung Volkswirtschaftslehre II

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Volkswirtschaftslehre II
Code	2212
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen II
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring
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</p>

	einer Volkswirtschaft ableiten.
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Mankiw, N.G., Taylor, M.P (2012). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel. Blanchard, O. / Illing, G. (2009). Makroökonomik. 5. Auflage, Pearson.

Lehrveranstaltungsbeschreibung Betriebswirtschaftslehre II

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Betriebswirtschaftslehre II
Code	2211
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Grundlagen II
Dozent(in)	Prof. Dr. Carsten Wirth
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen des Zusammenhangs zwischen Unternehmens- und Funktionsstrategien - Kennenlernen aller zentralen betrieblichen Funktionen, deren Ziele, Instrumente und Methoden (Human Resources Management; Finanz- und Rechnungswesen, Controlling; Beschaffung und Logistik; Produktion; Marketing / Absatzwirtschaft) - Illustration der zuvor genannten betrieblichen Funktionen mittels ausgewählter Fallstudien zur Sicherstellung des Theorie-Praxis-Transfers
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind vertraut mit den Hauptfunktionen eines Betriebs und den damit verbundenen grundlegenden Entscheidungsproblemen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die für die betrieblichen Bereiche Human Resources Management, Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Beschaffung und Logistik, Produktion, Marketing / Absatzwirtschaft relevanten Methoden und Instrumente in grundsätzlicher Form beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind darüber hinaus fähig, grundlegende Planungs-, Ziel- und Instrumentenentscheidungen in den zentralen Funktionsbereichen eines Betriebes nachzuvollziehen und zur Lösung praktischer Problemstellung situativ anzuwenden.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP

Literatur	Weber, W. / Kabst, R. (2011). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Gabler. Paul, Joachim (2011). Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 2. Auflage, Gabler.
-----------	---

Modul 2220: Rechtliche Grundlagen

Modulbezeichnung	Rechtliche Grundlagen
Code	2220
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Ass. jur. Jan Hansen
Dozent(in)	Ass. jur. Jan Hansen
Dauer	1 Semester
Credits	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> 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 (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 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 Sommersemester
Literatur	Wird in der LV mitgeteilt

Modul 2310: Quantitative Methoden I

Modulbezeichnung	Quantitative Methoden I
Code	2310
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jutta Groos
Dozent(in)	Vorlesung: Prof. Dr. Jutta Groos, Übung: Constanze Kubach
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung Prüfungsleistung: Klausur 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</p>

	<p>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)- Seminaristischer Unterricht mit modernen Medien Übung (2 SWS)- in kleineren Gruppen
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung
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 2410: 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	2410
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Wahlpflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Dr. Kai Schuster
Dozent(in)	Alle Dozenten/innen SuK-Begleitstudium
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	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.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, fachübergreifende Kompetenzen mit den Kompetenzen mit ihrem originären Berufsfeld in Verbindung zu bringen.</p>
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	Jedes Semester
Literatur	Je nach Veranstaltung

Modul 3110: Differenzielle Psychologie und Diagnostik

Modulbezeichnung	Differenzielle Psychologie und Diagnostik
Code	3110
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Dr. Johannes von Tiling
Dozent(in)	Dr. Johannes von Tiling
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	(1) Klausur (60 Minuten, 70% der Gesamtnote) (2) Mündliche Präsentation (20-30 Minuten) mit Ausarbeitung (3-4 Seiten) als benotete Prüfungsvorleistung (30% der Gesamtnote). (3) Regelmäßige Anwesenheit als unbenotete Prüfungsvorleistung Alle drei Leistungen müssen bestanden sein.
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie - Persönlichkeitsstrukturmodelle - Struktur- und Prozessmodelle der Intelligenz - Testtheoretische Grundlagen diagnostischer Verfahren - Testkonstruktion und Testanwendung - Leistungs- und Eignungsdiagnostik im wirtschaftspsychologischen Kontext
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>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 (4 SWS)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung.
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Einführung in die Psychologie, Wahrnehmung und Neuropsychologie, Sozial- und Kommunikationspsychologie, Motivations- und Lernpsychologie, Empirische Forschungsmethoden, Quantitative Methoden I
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Asendorpf, J. B. & Neyer, F. (2012). Psychologie der Persönlichkeit. Berlin: Springer.</p> <p>Krumm, S. & Schmidt-Atzert, L. (2009). Leistungstests im Personalmanagement. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Kubinger, K. & Ortner, T. (Hrsg.) (2010). Psychologische Diagnostik in Fallbeispielen. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik. Heidelberg: Springer.</p> <p>Schuler, H. & Kanning, U. (Hrsg.) (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Ziegler, M. & Bühner, M. (2012). Grundlagen der Psychologischen Diagnostik. Wiesbaden: Springer VS.</p>

Modul 3120: Denken und Entscheiden

Modulbezeichnung	Denken und Entscheiden
Code	3120
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Hanss
Dozent(in)	Prof. Dr. Daniel Hanns, ggf. weitere Lehrkräfte aus dem Studienbereich.
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur oder Seminararbeit
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Kernthemen Denken, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Urteilen und Heuristiken - Schlussfolgern - Problemlösen - Kreativität • Kernthemen Entscheiden, z.B. <ul style="list-style-type: none"> - Entscheidungsprobleme - Nutzen und Präferenz - Entscheidungsregeln - Entscheiden unter Unsicherheit - Kontingenzen - Soziale Bedingtheit von Entscheidungen - Emotionen und Entscheidungen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen Kernthemen von Denken und Entscheiden aus psychologischer Perspektive. Sie sind darüber hinaus mit relevanten theoretischen und methodischen Ansätzen sowie Beispielen relevanter Forschungsarbeiten vertraut.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Denk- und Entscheidungsprozesse unter verschiedenen</p>

	<p>Gesichtspunkten analysieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, Normen, Theorien und empirische Befunde zur Bewertung von Denk- und Entscheidungsprozessen in verschiedenen Anwendungsfeldern und Bereichen des Alltags anzuwenden.</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	<p>Einführung in die Psychologie Wahrnehmungs- und Neuropsychologie Motivations- und Lernpsychologie Sozial- und Kommunikationspsychologie Empirische Forschungsmethoden Wirtschaftliche Grundlagen I + II Ethisch-philosophische Grundlagen I</p>
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Betsch, T., Funke, J., & Plessner, H. (2011): <i>Denken – Urteilen, Entscheiden, Problemlösen</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Jungermann, H., Pfister, H.-R., & Fischer, F. (2010). <i>Die Psychologie der Entscheidung. Eine Einführung</i> (3. Aufl.). Heidelberg: Spektrum.</p> <p>Kahneman, D. (2012): <i>Schnelles Denken, langsames Denken</i>. München: Siedler Verlag.</p> <p>Gigerenzer, G., & Kober, H. (2013). <i>Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft</i>. München: Bertelsmann.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Modul 3210: Ethisch-philosophische Grundlagen II

Modulbezeichnung	Ethisch-philosophische Grundlagen II
Code	3210
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Nicola Erny / Prof. Dr. Jan C. Schmidt
Dozent(in)	Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner
Dauer	1 Semester
Credits	5 CPs (2,5 CP je Lehrveranstaltung)
Prüfungsart	Allgemeine Prüfungsvorleistung: Anwesenheitspflicht Je ein Kurzvortrag sowie eine weitere kleine schriftliche Leistung wie Thesenpapier oder Hausarbeit in beiden Lehrveranstaltungen (Sozialphilosophie und Philosophie des Geistes), Gewichtung für die Modulnote jeweils 50%
Sprache	Deutsch
Inhalt	Themenschwerpunkte: <ul style="list-style-type: none"> - Sozialphilosophie - Philosophie des Geistes Das Modul 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).
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Die Studierenden sollen die Grundpositionen und Fragestellungen der Sozialphilosophie und der Philosophie des Geistes im Kontext der Wirtschaftspsychologie, insbesondere vor dem Hintergrund eines umgreifenden Wandels des Menschen- , Gesellschafts- und Wissenschaftsbildes, kennen

	lernen. Analyse der Verantwortungsdimension wirtschaftspsychologischen Handelns Entwicklung von kritisch-reflexiven Kompetenzen durch die Kenntnis der aktuellen Forschungsprobleme im Bereich der Sozialphilosophie, der Forschungsethik der Psychologie sowie der Philosophie des Geistes
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskonzepte und reflexiven Auseinandersetzung mit einem Gebiet)
Lehrform/SWS	Seminarform mit Vorlesungs- sowie Projektelementen in jeder der 2 Lehrveranstaltungen des Moduls, wobei jede Lehrveranstaltung 2 SWS umfasst. Die Gruppengröße ist aufgrund der seminaristischen Lehr-Lern-Form auf max. 30 Teilnehmer begrenzt.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Das Modul besteht aus zwei Lehrveranstaltungen: -Sozialphilosophie -Philosophie des Geistes
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Teilnahme „Philosophische und ethische Grundlagen I“
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	Carrier, M., Mittelstraß, J., 1989: Geist, Gehirn, Verhalten. Das Leib-Seele-Problem und die Philosophie der Psychologie; Berlin. Fuchs, M. (u.a.) (Hg.) 2010: Forschungsethik. Eine Einführung; Stuttgart/Weimar Ebert, T. 2012: Soziale Gerechtigkeit in der Krise; Bonn. Forst, R. (u.a.) 2010: Sozialphilosophie und Kritik; Frankfurt am Main. Pauen, M., 2001: Grundprobleme der Philosophie des Geistes; Frankfurt. Pauen, M., Roth, G. (Hg.), 2001: Neurowissenschaften und Philosophie; München.

	<p>Haarmann, A., 2011: Die andere Natur des Menschen. Philosophische Menschenbilder jenseits der Naturwissenschaft; Bielefeld.</p> <p>Stoecker, R. et al. (Hg.), 2011: Handbuch Angewandte Ethik; Stuttgart.</p> <p>Schmidt, J.C., Schuster, L. (Hg.), 2003: Der entthronte Mensch? Anfragen der Neurowissenschaften an unser Menschenbild; Paderborn.</p>
--	--

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Sozialphilosophie

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Sozialphilosophie
Code	3212
Modulbezeichnung	Ethisch-philosophische Grundlagen II
Dozent(in)	Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Sozialphilosophische Grundlagen und -fragen: Wirtschaftliche Leitbilder und Einstellungen (z.B. Individual- und Sozialethik; Diskussion des Homo Oeconomicus; Mensch, Kultur und Lebenswelt; Sozialkapital)</p> <p>Wirtschaftspsychologie und die Natur des Menschen; Mensch und Arbeit; Schwerpunkte aktueller Diskussionen mit Bezug zur Wirtschaftspsychologie, z.B. Vertrauen, Anerkennung, Entfremdung, Modernisierung</p> <p>Soziale Gerechtigkeit: Begriffsklärung, Grundorientierungen und Entwicklungen; anwendungsbezogene Perspektiven: z.B. Bildungs-, Gendergerechtigkeit, globale Gerechtigkeit, soziale Dilemmata usw.);</p> <p>Forschungsethische Fragestellungen: z.B. Forschungsethik der Psychologie; Psychologische Arbeitslosenforschung</p>
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>

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Philosophie des Geistes

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Philosophie des Geistes
Code	3211
Modulbezeichnung	Ethisch-philosophische Grundlagen II
Dozent(in)	Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Prof. Dr. Nicola Erny, Dr. Bernd Wagner, Stefan Gammel
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Grundlagen, Probleme und Anwendungskontexte der Philosophie des Geistes, des Gehirns und des Verhaltens. Differenzen und Gemeinsamkeiten von Neurowissenschaften/Neuropsychologie und Philosophie Geschichte der Leib-Seele- bzw. Geist/Bewusstsein-Gehirn Problematik Dualistische und monistische Positionen; Theoriemodelle zum Verhältnis von Geist und Gehirn Einzelprobleme der Philosophie des Geistes: Phänomenales Bewusstsein, Mentale Repräsentation, Subjektivität, Willensfreiheit Aktuelle Forschungsthemen: u.a. Emergenz in kognitionsfähigen Systemen; neuropsychologische Erklärungsansätze kognitiver Phänomene Grenzen der Erkennbarkeit: Chaos-, Komplexitäts-, Selbstorganisations- und Emergenztheorien Ausblick: Die Ethik- und Gesellschaftsrelevanz der Willensfreiheitsdebatte</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Grundlagen und die zentralen Positionen der Philosophie des Geistes in historischer und systematischer Hinsicht. Sie kennen die damit verbunden Menschenbilder und ihre Relevanz für das wirtschaftspsychologische Handeln</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Sie können diese Positionen in Diskussionsbeiträgen und Texten identifizieren, die Argumentationslinien analysieren und die Aussagen auf ihren Gehalt, ihre Stringenz und ihre Relevanz hin beurteilen. Sie können die Bedeutung der Philosophie des Geistes für ein zeitgemäßes Menschenbild darlegen.</p>

	<p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden entwickeln Kompetenzen eines kritisch-reflexiven Umgangs mit aktuellen Positionen der Neurowissenschaften und der Neuropsychologie. Sie sind sowohl kompetente Kritiker vorschneller Vereinseitigungen (z.B. Naturalisierungen) in der gegenwärtigen Diskussionen als auch argumentativ in der Lage, eine eigene Position zu formulieren und argumentativ zu verteidigen.</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>Carrier, M., Mittelstraß, J., 1989: Geist, Gehirn, Verhalten. Das Leib-Seele-Problem und die Philosophie der Psychologie; Berlin</p> <p>Gadenne, V., 2004: Philosophie der Psychologie. Bern.</p> <p>Hecht, H., Desnizza, W., 2012: Psychologie als empirische Wissenschaft. Essentielle wissenschaftstheoretische und historische Grundlagen; Heidelberg/Berlin.</p> <p>Pauen, M., 2001: Grundprobleme der Philosophie des Geistes; Frankfurt</p> <p>Pauen, M., Roth, G. (Hg.), 2001: Neurowissenschaften und Philosophie; München</p> <p>Schmidt, J.C., Schuster, L. (Hg.), 2003: Der entthronte Mensch? Anfragen der Neurowissenschaften an unser Menschenbild; Paderborn</p>

Modul 3310: Quantitative Methoden II

Modulbezeichnung	Quantitative Methoden II
Code	3310
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jutta Groos
Dozent(in)	Vorlesung: Prof. Dr. Jutta Groos, Übung: Constanze Kubach
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung: Bearbeitung von Übungsaufgaben in der Übung Prüfungsleistung: Klausur 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> 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> Die Studierenden erweitern das Spektrum unterschiedlicher Fragestellungen der Psychologie, zu deren erfolgreicher</p>

	<p>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> 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)- Seminaristischer Unterricht mit modernen Medien Praktikum/Übung (2 SWS) - in kleineren Gruppen
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90h Selbststudium/ 5 CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Eine Lehrveranstaltung
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul Quantitative Methoden I
Häufigkeit des Angebots	Nur im Wintersemester
Literatur	<p>Backhaus/Erichson/Plinke/Weiber (2011). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer.</p> <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</p>

	<p>und Sozialwissenschaftler. Springer.</p>
--	---

Urban, Dieter & Mayerl, Jochen (2011): Regressionsanalyse. Theorie, Technik und Anwendung, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.

Modul 3320: Qualitative Methoden

Modulbezeichnung	Qualitative Methoden
Code	3320
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie, (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Carlo Michael Sommer
Dozent(in)	Prof. Dr. Carlo Michael Sommer (seminaristische Vorlesung) Constanze Kubach (Übung)
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 eines schriftlichen Tests oder Referates. Möglich ist auch eine gemeinsame mündliche Modulprüfung von 30 Minuten Dauer. 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 Forschung. Sie überblicken den Stand der Forschung. - Sie kennen die Möglichkeiten und Anwendungsbereiche qualitativer Methoden. - Sie sind imstande, qualitative Methoden in der Markt- und Medienforschung sicher und aufgabenspezifisch einzusetzen.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets)
Lehrform/SWS	Seminaristische Vorlesung (2SWS) Übung (2SWS)
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 3410: Sprachen

Modulbezeichnung	Sprachen
Code	3410
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	Klausur, mündliche Prüfung, Präsentationen, Textaufgaben (genaue Prüfungsform wird zu Beginn der Veranstaltung festgelegt). Voraussetzung für die Erlangung einer Note ist die Teilnahme an mindestens 75% der UE.
Sprache	Englisch und die entsprechende Fremdsprache
Inhalt	<p>Das Modul umfasst zwei Lehrveranstaltungen:</p> <p><u>Wissenschaftsenglisch für Wirtschaftspsychologie (Pflicht):</u></p> <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 <p><u>Zweite Fremdsprache (Wahlpflicht):</u> Alle im Sprachenzentrum angebotenen Sprachen. In kommunikationsbezogenen Übungseinheiten werden die</p>

	Kompetenzen der Studierenden gefestigt und erweitert.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Wissenschaftsenglisch (Pflicht):</u> 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.</p> <p><u>Zweite Fremdsprache (Wahlpflicht):</u> 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.</p>
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 Sprachen: ab Niveau A1 (je nach Vorkenntnissen). Scheinvergabe gemäß Sprachenzentrumsregelung</p>
Lehrform/SWS	Seminar
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5CP
Lehrveranstaltungen (Einheiten)	Zwei Lehrveranstaltungen mit je 2,5 CPs
Notwendige Voraussetzungen	<p><u>Wissenschaftsenglisch:</u> Sprachkenntnisse auf Niveau B2 gemäß dem GeR Die Teilnahme an einem vom Sprachenzentrum veranstalteten Einstufungstest wird empfohlen.</p> <p><u>Zweite Fremdsprache:</u> Französisch/Spanisch: Sprachkenntnisse auf Niveau A2 Englisch: Sprachkenntnisse auf Niveau B2 Deutsch als Fremdsprache: Niveau C2 Alle anderen Sprachen: keine Vorkenntnisse notwendig</p>

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 Sprache.

Lehrveranstaltungsbeschreibung Wissenschaftsenglisch

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Wissenschaftsenglisch für Wirtschaftspsychologie
Code	3410
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 4110: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie

Modulbezeichnung	Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie
Code	4110
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Arbeit, Organisation und Personal)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniela Lohaus
Dozent(in)	Prof. Dr. Daniela Lohaus
Dauer	2 Semester
Credits	10 CP
Prüfungsart	Studienarbeit oder Klausur
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Personalmarketing (incl. Employer Branding) - Verfahren der Personalauswahl - Organisationswahl und organisationale Sozialisation - Methoden der Personalentwicklung - Leistungsmanagement - Organisationsdiagnose und -entwicklung - Arbeitshaltungen und kontraproduktives Verhalten - Arbeitsfähigkeit und Wohlbefinden
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind mit Kernthemen und theoretischen Ansätzen der Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie sowie relevanten empirischen Befunden und Forschungsmethoden vertraut. Sie kennen die Anwendungsfelder und Rahmenbedingungen der psychologisch orientierten Personal- und Organisationsentwicklungsarbeit in Organisationen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Forschungs- und Anwendungsfragen der Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie einordnen und relevante Erkenntnisse, Theorien und Methoden zu deren Analyse anwenden. Sie können sich Forschungsarbeiten eigenständig erschließen</p>

	<p>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. Sie sind in der Lage, Instrumente des Human Resources Managements zu entwickeln und einzusetzen</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Seminar 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	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>Einführend (alternativ):</p> <p>Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin: Springer.</p> <p>Nerdinger, F., Blickle, G. & Schaper, N. (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie (2. Aufl.). Berlin: Springer.</p> <p>Schuler, H. & Kanning, P. (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. überarb. Aufl.) Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung benannt.</p>

Modul 4120: Arbeit, Organisation und Personal: Wirtschaftliche Aspekte

Modulbezeichnung	Arbeit, Organisation und Personal: Wirtschaftliche Aspekte
Code	4120
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Arbeit, Organisation und Personal)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniela Lohaus
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring/N.N. Prof. Dr. Carsten Wirth/N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	2 Klausuren, davon jeweils eine Klausur zu den volkswirtschaftlichen und zu den betriebswirtschaftlichen Aspekten von Arbeit, Organisation und Personal Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Aspekte von Arbeit, Organisation und Personal:</p> <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 Personal- und Organisationsökonomik (Prinzipal-Agent-Modell; Transaktionskostentheorie; Property-Rights-Ansatz) - Analyse spezifischer Interaktionsprobleme in

	<p>Organisationen (Moral-Hazard-Problem; Problem adverser Selektion; Hold-Up-Problem etc.)</p> <p>Betriebswirtschaftliche Aspekte von Arbeit, Organisation und Personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte und Theorien des betrieblichen Personalmanagements - Einführung in Handlungsfelder des Personalmanagements - Personalplanungssysteme als Instrumente des Personalcontrollings - Organisationstheorien und ihre praktischen Konsequenzen für Aufbau- und Ablauforganisation - Auswirkungen unterschiedlicher betrieblicher Organisationsmodelle
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> 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. Sie kennen Organisationsmodelle und ihre Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Arbeitsmarktprozesse einzelwirtschaftlich analysieren und hinsichtlich ihrer gesamtwirtschaftlichen Wohlfahrts- und Beschäftigungswirkungen beurteilen. 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. Sie können die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen unterschiedlicher Organisationsmodelle analysieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, dass</p>

	<p>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. Die Studierenden sind darüber hinaus fähig, grundlegende Personal- und Organisationsentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken. Die Studierenden sind dazu in der Lage, Konzepte und Methoden des Personalmanagements wie auch der betrieblichen Organisationsanalyse 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 Personal- und Organisationsmanagement
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. (2013). Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart.</p> <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>Schreyögg, G. (2008): Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 8. Auflage, Wiesbaden.</p>

	<p>Scholz, C. (2013). Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. München.</p> <p>Stock-Homburg, R. (2013). Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente. Berlin.</p>
--	---

Lehrveranstaltungsbeschreibung Personal- und Organisationsmanagement

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Personal- und Organisationsmanagement
Code	4121
Modulbezeichnung	Arbeit, Organisation und Personal: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Carsten Wirth/ weitere (externe) Dozenten/innen/ N.N.
Prüfungsart	Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Konzepte und Theorien des betrieblichen Personalmanagements - Einführung in Handlungsfelder des Personalmanagements - Personalplanungssysteme als Instrumente des Personalcontrollings - Organisationstheorien und ihre praktischen Konsequenzen für Aufbau- und Ablauforganisation - Auswirkungen unterschiedlicher betrieblicher Organisationsmodelle
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Konzepte zur betriebswirtschaftlichen Fundierung des Personalmanagements. Sie kennen Organisationsmodelle und ihre Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit.</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. Sie können die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen unterschiedlicher Organisationsmodelle analysieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind fähig, grundlegende Personal- und</p>

	<p>Organisationsentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken. Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte und Methoden des Personalmanagements wie auch der betrieblichen Organisationsanalyse praktisch anzuwenden.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	<p>Personalmanagement (alternativ):</p> <p>Berthel, J., Becker, F. (2013). Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. Stuttgart.</p> <p>Scholz, C. (2013). Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. München.</p> <p>Stock-Homburg, R. (2013). Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente. Berlin.</p> <p>Organisation:</p> <p>Schreyögg, G. (2008): Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 8. Auflage, Wiesbaden.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Arbeitsmarkt- und Organisationsökonomik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Arbeitsmarkt- und Organisationsökonomik
Code	4122
Modulbezeichnung	Arbeit, Organisation und Personal: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, weitere (externe) Dozenten/innen, N. N.
Prüfungsart	Klausur
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> Die Studierenden können Arbeitsmarktprozesse einzelwirtschaftlich analysieren und hinsichtlich ihrer gesamtwirtschaftlichen Wohlfahrts- und Beschäftigungswirkungen beurteilen. Die Studierenden können zudem die sich in Organisationen typischerweise ergebenden ökonomischen Konfliktpotenziale und Interaktionsprobleme identifizieren und bewerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, dass volkswirtschaftlich</p>

	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.
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP
Literatur	Franz, W. (2006): Arbeitsmarktökonomik, 6. Auflage, Heidelberg. Erlei, M., Leschke, M. und D. Sauerland (2007): Neue Institutionenökonomik, 2. Auflage, Stuttgart.

Modul 4130: Arbeit, Organisation und Personal: Ethische u. rechtliche Aspekte

Modulbezeichnung	Arbeit, Organisation und Personal: Ethische und rechtliche Aspekte
Code	4130
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Arbeit, Organisation und Personal)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniela Lohaus
Dozent(in)	Recht: Jan Hansen/ weitere (externe) Dozenten/innen, N. N. Ethik: Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner/N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat zu ethischen Aspekten Klausur in der Lehrveranstaltung zu rechtlichen Aspekte Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>Ethische Aspekte:</p> <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 <p>Rechtliche Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuelles und kollektives Arbeitsrecht - Unternehmensorganisation unter dem Gesichtspunkt von Arbeitnehmerrechten und Arbeitgeberrechten

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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 und Kompetenzen im Hinblick auf eine praktische Anwendung im wirtschaftspsychologischen Kontext.</p>
--	--

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, Organisation und Personal Rechtliche Aspekte von Arbeit, Organisation und Personal
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Ethisch-philosophische Grundlagen I und II, 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, Organisation und Personal

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Ethische Aspekte von Arbeit, Organisation und Personal
Code	4131
Modulbezeichnung	Arbeit, Organisation und Personal: 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
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></p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen 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, Organisation und Personal

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Rechtliche Aspekte von Arbeit, Organisation und Personal
Code	4132
Modulbezeichnung	Arbeit, Organisation und Personal: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	Jan Hansen, weitere (externe) Dozenten/innen, N. N.
Prüfungsart	Klausur
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 Hintergrund eines beweisorientierten Gerichtsverfahrens können die Studierenden die Bedeutung einer strukturierten Dokumentation und einer klaren Darstellung eines Sachverhaltes einschätzen.</p>

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 4140: Arbeit, Organisation und Personal: Projekt

Modulbezeichnung	Arbeit, Organisation und Personal: Projekt
Code	4140
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Wahlpflichtmodul im Vertiefungsschwerpunkt Arbeit, Organisation und Personal)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniela Lohaus
Dozent(in)	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 Projekt für einen Auftraggeber, z.B. in Wirtschaftsunternehmen, in Forschungsinstituten oder an der Hochschule. 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. Sie schließt i.d.R. eine Auftragsklärung, einen Projektbericht und die Präsentation der Ergebnisse ein.</p> <p>Beispiele für Projektthemen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeption/Durchführung/Auswertung von Mitarbeiterbefragungen - Entwicklung/Optimierung/Evaluierung von Personalauswahlverfahren - Entwicklung eines Hochschulmarketingkonzepts - Employer Branding Konzepte - Studien zur Arbeitgeberattraktivität - Entwicklung/Evaluation von Integrationsprogrammen für neue Mitarbeiter

	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung/Optimierung/Evaluierung von Trainingsmaßnahme - Stresserleben im Beruf - Arbeitsfähigkeit und Arbeitsbedingungen versch. Berufsgruppen
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie wirtschaftspsychologische Forschungs- und/oder Praxisprojekte in und für Organisationen geplant und durchgeführt werden. Dies umfasst Grundlagen des Forschungs- und Projektmanagements und ggf. die praktische Anwendung in der Zusammenarbeit mit Institutionen und Unternehmen. Darüber hinaus sind die Studierenden sind mit aktuellen Fragestellungen und Herausforderungen in Forschungs- und Anwendungsfeldern von Arbeit, Organisation und Personal vertraut. Ihnen sind Ansätze zur Untersuchung und Lösung dieser Fragestellungen bzw. Praxisprobleme bekannt. Die Studierenden erlangen spezifische Erfahrung, die sie für die Anforderungen der Berufs- oder Forschungspraxis vorbereiten und eine inhaltliche Orientierung für eine Bachelorarbeit bieten kann.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können relevante empirische Erkenntnisse, Theorien und/oder Methoden identifizieren und diese zur Untersuchung und Lösung der projektspezifischen Fragestellungen und Herausforderungen anwenden. Sie können, eine Projektaufgabe angemessen zeitlich und inhaltlich strukturieren, einen Projektplan erstellen und umsetzen und den Projektfortschritt evaluieren und dokumentieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden haben ein wirtschaftspsychologisches Praxis- oder Forschungsprojekt mit inhaltlichem Schwerpunkt in Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie durchgeführt. Die Studierenden sind in der Lage, Implikationen von Forschungsergebnissen für Anwendungsfelder abzuleiten und ggf. Strategien für deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln. Das Projekt fördert die Kompetenz, ihre Kenntnisse und Fertigkeiten in andere Kontexte, etwa neue Projekt- oder Auftragsituationen, zu übertragen und anzupassen. Des Weiteren fördert das Projekt die Kommunikationsfähigkeit, komplexe Sachverhalte verständlich auszudrücken.</p>

Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Vorlesung (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 2 Semester
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	Fachliteratur wird je nach Thema durch den betreuenden Dozenten empfohlen und von den Studierenden eigenständig recherchiert. Sie umfasst Lehrbücher, Fachbücher und aktuelle Zeitschriftenartikel.

Modul 4210: Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie

Modulbezeichnung	Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie
Code	4210
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
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>In der Lehrveranstaltung werden grundlegende Inhalte aus dem Bereich der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie vermittelt:</p> <p><u>Markt- und Konsumentenverhalten</u></p> <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 <p><u>Marketing-Kommunikation, Medien- und Werbepsychologie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpersonelle Kommunikation, Informationstheorie, Kommunikationsprozesse & -bedingungen - Markenmanagement, Positionierung & Markenführung - Medienwahl, Mediennutzung, Medienerleben, Medienwirkung - Werbewirkung, Werbegestaltung, sog. Sozialtechniken <p><u>Markt-, Medien- & Werbeforschung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualitative Forschungsmethoden - Quantitative Forschungsmethoden - Experimental- und Messverfahren, Stichprobenverfahren, Datenanalyse

	- Social Media Research, Markt-Media-Studien
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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	Seminar / Übung 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 immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)
Literatur	<p><i>Zur Einführung in das Themengebiet wird etwa empfohlen:</i></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>Flick, U. (2007). Qualitative Forschung. Rowohlt.</p> <p>Diekmann, A. (2007). Empirische Sozialforschung. Rowohlt.</p> <p>Mayer, H. & Illmann, T. (2000). Markt- und Werbepsychologie. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Bühl, A. & Zöfel, P. (2000). SPSS - Methoden für die Markt- und Meinungsforschung. Addison-Wesley.</p>

Modul 4220: Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte

Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte
Code	4220
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Markt, Konsumenten und Medien)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring / N.N
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Volkswirtschaftliche Aspekte von Markt, Konsumenten und Medien:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 Eingriffsmöglichkeiten der Verbraucherpolitik unter der Zielsetzung des Konsumentenschutzes <p>Betriebswirtschaftliche Aspekte von Markt, Konsumenten und Medien:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen von Zielsetzung und Bedeutung des betrieblichen Marketings im Unternehmen;

	<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen der verschiedenen Instrumente des betrieblichen Marketings (Marketing-Mix): Produktpolitik, Preispolitik, Vertriebspolitik und Kommunikationspolitik - Markenführung und -positionierung
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. 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 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><i>Zur Einführung in das Themengebiet wird etwa empfohlen:</i></p> <p>Knieps, G. (2008): Wettbewerbsökonomie – Regulierungstheorie, Industrieökonomie, Wettbewerbspolitik, 3.Auflage, Berlin/Heidelberg.</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>Nieschlag, R., Dichtl, E. und H. Hörschgen (2002): Marketing, 19. Auflage, Berlin.</p> <p>Kroeber-Riel, W. und A. Gröppel-Klein (2013): Konsumentenverhalten, 10. Auflage, München.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik
Code	4222
Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring
Prüfungsart	Klausur
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
	<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>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Marketing und Konsumentenverhalten

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Marketing und Konsumentenverhalten
Code	4221
Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	N.N.
Prüfungsart	Klausur
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) - Funktion und Ausgestaltung von Marketing-Forschung, -Planung, -Kontrolle und -Organisation
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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>
Lehrform/SWS	Vorlesung (2 SWS)
Arbeitsaufwand/Workload	75 h Arbeitsaufwand, 30 h Präsenz, 45 h Selbststudium/ 2,5 CP

Literatur	Nieschlag, R., Dichtl, E. und H. Hörschgen (2002): Marketing, 19. Auflage, Berlin. Kroeber-Riel, W. und A. Gröppel-Klein (2013): Konsumentenverhalten, 10. Auflage, München.
-----------	---

Modul 4230: Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche. Aspekte

Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte
Code	4230
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Markt, Konsumenten und Medien)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm
Dozent(in)	Recht: Jan Hansen / N.N. Ethik: Prof. Dr. Nicola Erny, Prof. Dr. Jan C. Schmidt, Dr. Bernd Wagner / N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat in der Lehrveranstaltung Ethische Aspekte Klausur in der Lehrveranstaltung Rechtliche Aspekte Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>Ethische Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markt und Moral - Konsumentenethik und Marketingethik - Medienethik <p>Rechtliche Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wettbewerbsrecht - Medienrecht - Datenschutz

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<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 Rechtssprechung im Bereich von Verbraucher-, Wettbewerbs- und Medienrecht und der alltagsnahen Umsetzung in Datenschutz, Internetrecht und Marktforschung <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>
<p>Niveaustufe / Level</p>	<p>Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)</p>
<p>Lehrform/SWS</p>	<p>Zwei Vorlesungen über je 1 Semester, je 2 SWS</p>
<p>Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload</p>	<p>150 h Arbeitsaufwand, 60 h Präsenz, 90 h Selbststudium/ 5 CP</p>
<p>Lehrveranstaltungen (Einheiten)</p>	<p>Zwei Lehrveranstaltungen Markt, Konsumenten und Medien: Ethische Aspekte Markt, Konsumenten und Medien: Rechtliche Aspekte</p>
<p>Notwendige Voraussetzungen</p>	<p>Keine</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>Ethisch-philosophische Grundlagen I und II, Rechtliche Grundlagen</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)</p>
<p>Literatur</p>	<p>s. Lehrveranstaltungsbeschreibungen</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung:
 Markt, Konsumenten und Medien: Ethische Aspekte

Lehrveranstaltungs- bezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische Aspekte
Code	4231
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
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>Markt und Moral: 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</p> <p>Konsumentenethik und Marketingethik: 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</p> <p>Medienethik: 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>

<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 Heidbrink, Ludger/ A. Hirsch (Hg.): Verantwortung als marktwirtschaftliches Prinzip. Campus 2008 Heidbrink, L. u.a. (Hg.): Die Verantwortung des Konsumenten. Campus 2011 Stehr, Nico: Die Moralisierung der Märkte. Suhrkamp 2007</p> <p>Erweiterte Literatur</p> <p>Balderjahn, Ingo: Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten. UTB 2013 Nida-Rümelin, J.: Die Optimierungsfalle – Philosophie einer humanen Ökonomie. Irisiana 2011 Sandel, Michael: Was man für Geld nicht kaufen kann – Die moralischen Grenzen des Marktes. Ullstein 2012 Suchanek, Andreas: Ökonomische Ethik. UTB 2007 Schicha, Ch./ C. Brosda (Hg.): Handbuch Medienethik. VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung:
 Markt, Konsumenten und Medien: Rechtliche Aspekte

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Rechtliche Aspekte
Code	4232
Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	N.N.
Prüfungsart	Klausur
Sprache	Deutsch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Wettbewerbsrecht (mit Schwerpunkten in Verbraucherschutz und Werbung) - Medienrecht (mit Schwerpunkten Internet und Social Media) - Datenschutz (mit Exkurs Marktforschungs-Richtlinien)
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 4240: Markt, Konsumenten und Medien: Projekt

Modulbezeichnung	Markt, Konsumenten und Medien: Projekt
Code	4240
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Wahlpflichtmodul im Vertiefungsschwerpunkt Markt, Konsumenten und Medien)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ingo Hamm
Dozent(in)	Prof. Dr. Ingo Hamm, 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 Forschungs- oder Praxisprojekt mit Relevanz für den Themenschwerpunkt Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie. Die Projekte werden durch Lehrpersonal der Hochschule akquiriert bzw. bereitgestellt oder durch Studierende vorgeschlagen. Aufgabe der Studierenden ist die eigenständige Organisation und Bearbeitung der Projektaufgabe unter Anleitung der betreuenden Dozenten/innen. Sie schließt eine Auftragsklärung, einen Projektbericht und die Präsentation der Ergebnisse ein.</p> <p>Beispiele für Projektthemen:</p> <p><u>Projekte zur Werbe- und Medienkonzeption</u>; z.B. Konzeption einer Werbekampagne zur Image-Verbesserung einer Nicht-Regierungs-Organisation; Konzeption eines Drehbuchs für einen Werbefilm unter werbepsychologischen Gesichtspunkten Überarbeitung eines Shop-Designs zur Verbesserung des Produktabsatzes; Konzeption einer Zeitschriftenstruktur unter medienpsychologischen Gesichtspunkten etc.</p>

	<p><u>Projekte zur Markt- und Konsumforschung</u>; z.B. Durchführung einer Internet-Umfrage zu Einkaufsgewohnheiten; Durchführung einer Face-to-Face-Befragung mit Verbrauchern zu einer Produktzufriedenheit; Durchführung eines Mystery-Shopping; Konzeption einer lebensweltlichen Studie zu Jugendkulturen im Wertewandel; Konzeption einer teilnehmenden Beobachtung und Befragung zur Erforschung von Mobilitäts-Trends etc.; Auswertung eines statistischen Datensatzes etc.</p> <p><u>Projekte zur Markenführung und Markenmanagement</u>, z.B. Konsumenten-Workshop zur Namensfindung einer Produktinnovation; Recherche von Handlungsoptionen bei einem Marken-Relaunch; Erstellung eines Corporate Identity Handbuchs zur Schulung des Verkaufspersonals;</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie wirtschaftspsychologische Forschungs- oder Praxisprojekte geplant und durchgeführt werden. Dies umfasst Grundlagen des Forschungs- und Projektmanagements und ggf. die praktische Anwendung in der Zusammenarbeit mit Institutionen und Unternehmen. Darüber hinaus sind die Studierenden sind mit aktuellen Fragestellungen und Herausforderungen in Forschungs- und Anwendungsfeldern der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie vertraut. Ihnen sind Ansätze zur Untersuchung und Lösung dieser Fragestellungen bzw. Praxisprobleme bekannt. Die Studierenden erlangen spezifische Erfahrung, die sie für die Anforderungen der Berufs- oder Forschungspraxis vorbereiten und eine inhaltliche Orientierung für eine Bachelorarbeit bieten kann.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können relevante empirische Erkenntnisse, Theorien und/oder Methoden identifizieren und diese zur Untersuchung und Lösung der projektspezifischen Fragestellungen und Herausforderungen anwenden. Hierfür können die Studierenden eine Projektauftragsklärung durchführen, eine Projektaufgabe angemessen zeitlich und inhaltlich strukturieren, einen Projektplan erstellen und diesen praktisch umsetzen und</p>

	<p>den Projektfortschritt evaluieren und dokumentieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden haben ein wirtschaftspsychologisches Praxis- oder Forschungsprojekt mit inhaltlichem Schwerpunkt in Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie durchgeführt. Dabei zeigen sie, dass sie ein Forschungs- oder Praxisprojekt mit Relevanz für diesen Themenschwerpunkt unter Anleitung der betreuenden Dozenten/innen und/oder in Kooperation mit externen Auftraggebern bzw. Projektpartnern planen und durchführen können. Die Studierenden sind ferner in der Lage, Implikationen von Forschungsergebnissen für Anwendungsfelder abzuleiten und ggf. Strategien für deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln. Das Projekt fördert die Kompetenz, ihre Kenntnisse und Fertigkeiten in andere Kontexte, etwa neue Projekt- oder Auftragssituationen, zu übertragen und anzupassen. Des Weiteren fördert das Projekt die Kommunikationsfähigkeit, komplexe Sachverhalte verständlich auszudrücken</p>
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course [Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz]
Lehrform/SWS	Vorlesung oder 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	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>Wird jeweils in Abhängigkeit vom konkreten Projektinhalt definiert und während der Veranstaltung vorgeschlagen.</p> <p>Beispiel: Stoyan, R. (2007). Management von Webprojekten: Führung, Projektplan, Vertrag. Springer Verlag.</p>

Modul 4310: Umweltpsychologie

Modulbezeichnung	Umweltpsychologie
Code	4310
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
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 Urteile und Evaluation - Umweltbelastungen, Stress und Gesundheit - Einflüsse auf umweltbezogenes Handeln - Crowding, Dichte und Privatsphäre - Ortsbindung - Umweltpsychologische Aspekte in Organisationen, am Arbeitsplatz und im Bildungsbereich - Wahrnehmung und Kommunikation von Umweltrisiken - Psychologische Aspekte des Klimawandels - Nachhaltigkeitskonzept und Ressourcenmanagement - Fördern von umweltschützendem Handeln - Akzeptanz von umweltpolitischen Maßnahmen • Forschungsmethoden und Paradigmen 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, relevanten empirischen Befunden und Anwendungsfeldern vertraut. Sie kennen Forschungsmethoden und Paradigmen der Umweltpsychologie, Schnittstellen der Umweltpsychologie mit anderen Fachdisziplinen und Teildisziplinen der Psychologie sowie Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Umweltpsychologen/innen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können umweltpsychologische 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 umweltpsychologische 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 umweltpsychologischen Themen, Methoden und Befunden auseinanderzusetzen sowie relevante Forschungs- und Anwendungsfragen (z.B. aus Politik, Wirtschaft) zu erkennen. Sie sind imstande, komplexe Forschungs- und Anwendungsfragen aus umweltpsychologischer Perspektive 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-Umwelt-Beziehungen und deren Untersuchung ergeben.</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 - Umweltpsychologie
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>Empfohlene Literatur:</p> <p>Helbrück, J., & Kals, E. (Hrsg.) (2012). <i>Umweltpsychologie. Basiswissen Psychologie</i>. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Lantermann, E.-D., & Linneweber, V. (Hrsg.) (2008): <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.) (2010): <i>Spezifische Umwelt und umweltbezogenes Handeln. Enzyklopädie der Psychologie, Serie Umweltpsychologie</i> (Bd. 2). Göttingen u.a.: Hogrefe.</p> <p>Gifford, R. (2014). <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.) (2012). <i>Environmental Psychology: An Introduction</i>. Oxford, England: Wiley-Blackwell.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Modul 4320: Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte

Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte
Code	4320
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul im Schwerpunkt Umwelt und Nachhaltigkeit)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Daniel Hanss
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, weitere (externe) Dozenten/innen, N. N.
Dauer	2 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	2 Klausuren, 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"> - Kennenlernen der ökonomischen Sicht auf Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme - Kennenlernen des Grundverständnisses und der unterschiedlichen Konzepte von Nachhaltigkeit - Analyse des spezifischen Wertes von Umweltgütern und natürlichen Ressourcen sowie der Vor- und Nachteile ökonomischer Umweltbewertungsverfahren - Kennenlernen von Zielen, Trägern und Instrumenten 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"> - Kennenlernen von Zielsetzung und Bedeutung eines umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmens-

	<p>managements vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Facetten der Corporate Social Responsibility (CSR)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse unternehmensinterner und marktbezogener Wertschöpfungsketten in Bezug auf ihren Nachhaltigkeitsgehalt - Kennenlernen von Berichts- und Indikatorensystemen zur Messung und Dokumentation der Nachhaltigkeit von Unternehmensstrukturen und -prozessen - Aufzeigen von Möglichkeiten zur Integration von Prinzipien und Prozessen nachhaltiger Entwicklung in die strategische und operative Unternehmensführung - Kennenlernen von Instrumenten 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.</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 ihren Nachhaltigkeitsgehalt hin analysieren. Schließlich können die Studierenden aus dem Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung resultierende Implikationen für die</p>

	<p>Unternehmensstrategie und einzelne Managementprozesse ableiten.</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 Maßnahmen einer umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten 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	Zwei Vorlesungen 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 Nachhaltigkeitsökonomik • Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement
Notwendige Voraussetzungen	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Alle im Curriculum in den Semestern 1-3 vorgesehenen Module zu den wirtschaftlichen Grundlagen
Häufigkeit des Angebots	<p>Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)</p> <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, Marburg.</p> <p>Müller-Christ, G. (2010): Nachhaltiges Management, Baden-Baden.</p> <p>Dobersalske, K., Seeger, N., Willing, H. (2014)(Hrsg.): Verantwortliches Wirtschaften –Nachhaltigkeit in der Betriebswirtschaftslehre, Baden-Baden.</p> <p>Günther, E. (2008): Ökologieorientiertes Management, Stuttgart.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik
Code	4322
Modulbezeichnung	Wirtschaftliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit
Dozent(in)	Prof. Dr. Thomas Döring, ggf. andere Lehrende im Studienbereich
Prüfungsart	Klausur
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- 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, 2. Auflage, Marburg.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement
Code	4321
Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte
Dozent(in)	Lehrende aus dem Studienbereich
Prüfungsart	Klausur
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen von Zielsetzung und Bedeutung eines umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmensmanagements vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Facetten der Corporate Social Responsibility (CSR) - Analyse unternehmensinterner und marktbezogener Wertschöpfungsketten in Bezug auf ihren Nachhaltigkeitsgehalt - Kennenlernen von Berichts- und Indikatorensystemen zur Messung und Dokumentation der Nachhaltigkeit von Unternehmensstrukturen und -prozessen - Aufzeigen von Möglichkeiten zur Integration von Prinzipien und Prozessen nachhaltiger Entwicklung in die strategische und operative Unternehmensführung - Kennenlernen von Instrumenten und Perspektiven 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.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können markt- und</p>

	<p>unternehmensbezogene Wertschöpfungsketten auf ihren Nachhaltigkeitsgehalt hin analysieren. Die Studierenden können ferner aus dem Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung resultierende Implikationen für die Unternehmensstrategie und einzelne Managementprozesse ableiten.</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 Maßnahmen einer umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensführung und deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln.</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>Müller-Christ, G. (2010): Nachhaltiges Management, Baden-Baden.</p> <p>Dobersalske, K., Seeger, N., Willing, H. (2014)(Hrsg.): Verantwortliches Wirtschaften – Nachhaltigkeit in der Betriebswirtschaftslehre, Baden-Baden.</p> <p>Günther, E. (2008): Ökologieorientiertes Management, Stuttgart.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Modul 4330: Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte

Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte
Code	4330
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	Mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat in der Lehrveranstaltung Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik Klausur in der Lehrveranstaltung Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit Gewichtung: je 50%
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik:</p> <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)	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 komplexen Konfliktsituationen

	<p>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	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Alle im Curriculum in den Semestern 1-3 vorgesehenen Module
Häufigkeit des Angebots	<p>Beginn immer im Sommersemester (von Sommersemester bis Wintersemester)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik im Sommersemester - Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit im Wintersemester
Literatur	<p>Empfohlene Literatur Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik:</p> <p>Primäre Literatur: Grunwald, Armin/ J. Kopfmüller: Nachhaltigkeit. Campus 2012.</p> <p>Ott, Konrad: Umweltethik. Zur Einführung. Junius 2014.</p> <p>Erweiterte Literatur: Birnbacher, Dieter: Natürlichkeit. de Gruyter 2006.</p> <p>Böhme, Gernot: Natürlich Natur. Über Natur im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. Suhrkamp 1992.</p> <p>Egan-Krieger, Tanja u.a. (Hg.): Die Greifswalder Theorie starker Nachhaltigkeit. Metropolis 2009.</p> <p>Krebs, Angelika (Hg.): Naturethik. Suhrkamp 1997.</p> <p>Roser, Dominic/ Seidel, Christian: Ethik des Klimawandels – eine Einführung. Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2013.</p>

	<p>Tremmel, Jörg: Eine Theorie der Generationengerechtigkeit. Mentis 2012.</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/ 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 den Lehrveranstaltungen angegeben.</p>
--	--

Lehrveranstaltungsbeschreibung: Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik

Lehrveranstaltungsbezeichnung	Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik
Code	4331
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	Mündliche Prüfung/Studienarbeit/Referat
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 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 komplexen</p>

	<p>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>Primäre Literatur: Grunwald, Armin/ J. Kopfmüller: Nachhaltigkeit. Campus 2012.</p> <p>Ott, Konrad: Umweltethik. Zur Einführung. Junius 2014.</p> <p>Erweiterte Literatur: Birnbacher, Dieter: Natürlichkeit. de Gruyter 2006.</p> <p>Böhme, Gernot: Natürlich Natur. Über Natur im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. Suhrkamp 1992.</p> <p>Egan-Krieger, Tanja u.a. (Hg.): Die Greifswalder Theorie starker Nachhaltigkeit. Metropolis 2009.</p> <p>Krebs, Angelika (Hg.): Naturethik. Suhrkamp 1997.</p> <p>Roser, Dominic/ Seidel, Christian: Ethik des Klimawandels – eine Einführung. Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2013.</p> <p>Tremmel, Jörg: Eine Theorie der Generationengerechtigkeit. Mentis 2012.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Lehrveranstaltungsbeschreibung:
Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit

Lehrveranstaltungs- bezeichnung	Rechtliche Aspekte von Umwelt und Nachhaltigkeit
Code	4332
Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte
Dozent(in)	Prof. Dr. Martin Führ, ggf. andere Lehrende aus dem Studienbereich
Prüfungsart	Klausur
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</p>

	sind in der Lage, Implikationen umweltrechtlicher Vorgaben für die strategische und operative Unternehmensführung abzuleiten.
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>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 4340: Umwelt und Nachhaltigkeit: Projekt

Modulbezeichnung	Umwelt und Nachhaltigkeit: Projekt
Code	4340
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
Sprache	Deutsch und/oder Englisch
Inhalt	<p>Die Studierenden bearbeiten in Gruppen ein wirtschaftspsychologisches Forschungs- oder Praxisprojekt mit Relevanz für den Themenschwerpunkt Umwelt und Nachhaltigkeit. Die Projekte werden durch Lehrpersonal der Hochschule akquiriert bzw. bereitgestellt oder durch Studierende vorgeschlagen. Aufgabe der Studierenden ist die eigenständige Organisation und Bearbeitung der Projektaufgabe unter Anleitung der betreuenden Dozenten/innen. Sie schließt einen Projektbericht und die Präsentation der Ergebnisse ein.</p> <p>Beispiele für Projektthemen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung und/oder Evaluation einer Maßnahme zur Förderung von nachhaltigem Verhalten (z.B. in Kommunen, Schulen, Unternehmen). - Untersuchung der Wahrnehmung von Umweltrisiken (z.B. Klimawandel) oder -stressoren (z.B. Fluglärm) in der Öffentlichkeit. - 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. (etwa am Beispiel von nachhaltigen Textilien oder Outdoor-Artikeln).

	<ul style="list-style-type: none"> - Untersuchung der Verbraucherwahrnehmung von Produktlabels (z.B. Umweltsiegel). - Konzipierung einer öffentlichkeitswirksamen Kampagne für eine Umweltorganisation.
<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie wirtschaftspsychologische Forschungs- und/oder Praxisprojekte geplant und durchgeführt werden. Dies umfasst Grundlagen des Forschungs- und Projektmanagements und ggf. die praktische Anwendung in der Zusammenarbeit mit Institutionen und Unternehmen. Darüber hinaus sind die Studierenden mit aktuellen Fragestellungen und Herausforderungen in Forschungs- und Anwendungsfeldern von Umwelt und Nachhaltigkeit vertraut. Ihnen sind Ansätze zur Untersuchung und Lösung dieser Fragestellungen bzw. Praxisprobleme bekannt. Die Studierenden erlangen spezifische Erfahrungen, die sie für die Anforderungen der Berufs- oder Forschungspraxis vorbereiten und eine inhaltliche Orientierung für eine Bachelorarbeit bieten können.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können relevante empirische Erkenntnisse, Theorien und/oder Methoden identifizieren und diese zur Untersuchung und Lösung der projektspezifischen Fragestellungen und Herausforderungen anwenden. Hierfür können die Studierenden eine Projektaufgabe angemessen zeitlich und inhaltlich strukturieren, einen Projektplan erstellen und diesen praktisch umsetzen und den Projektfortschritt evaluieren und dokumentieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden haben ein wirtschaftspsychologisches Praxis- oder Forschungsprojekt mit inhaltlichem Schwerpunkt in Umwelt und Nachhaltigkeit durchgeführt. Dabei zeigen sie, dass sie ein Forschungs- oder Praxisprojekt mit Relevanz für diesen Themenschwerpunkt unter Anleitung der betreuenden Dozenten/innen und/oder in Kooperation mit externen Auftraggebern bzw. Projektpartnern planen und durchführen können. Die Studierenden sind ferner in der Lage, Implikationen von Forschungsergebnissen für Anwendungsfelder abzuleiten und ggf. Strategien für deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln. Das Projekt fördert die Kompetenz, ihre Kenntnisse und Fertigkeiten in andere Kontexte, etwa neue Projekt- oder Auftragsituationen, zu übertragen und anzupassen. Des</p>

	Weiteren fördert das Projekt die Kommunikationsfähigkeit, komplexe Sachverhalte verständlich auszudrücken.
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	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	Wird jeweils in Abhängigkeit vom konkreten Projektinhalt definiert und während der Veranstaltung vorgeschlagen.

Modul 6100: Praxismodul

Modulbezeichnung	Praxismodul
Code	6100
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Carlo Sommer
Dozent(in)	Lehrende des Studienbereichs
Dauer	1 Semester
Credits	15 CP
Prüfungsart	Teilnahme und Präsentation im Begleitseminar, schriftlicher Praxisbericht
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</p>

	in der Lage, den sachlichen und sozialen Anforderungen der beruflichen Praxis zu genügen.
Niveaustufe / Level	Bachelorniveau, Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)
Lehrform/SWS	Praxisphase Begleitseminar (2 SWS, 2,5 CP) an der Hochschule. Dieses umfasst eine Präsentation und einen schriftlichen Praxisbericht.
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	1. alle Module des 1. bis 4. Semesters sind erfolgreich mit Leistungsnachweis abgeschlossen 2. die Voraussetzungen der 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 6200: Bachelormodul

Modulbezeichnung	Bachelormodul
Code	6200
Studiengang/Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (Pflichtmodul)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stefanie Winter
Dozent(in)	Lehrende des Studienbereichs
Dauer	1 Semester, maximale Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit: 12 Wochen
Credits	15 CP, davon 3 CP Begleitseminar
Prüfungsart	Bachelorarbeit und Kolloquium
Sprache	Deutsch oder Englisch
Inhalt	Anfertigung der Bachelorarbeit (12 Wochen) in deutscher oder englischer Sprache, inklusive einer deutschen und einer englischen Zusammenfassung Aktive Teilnahme am Begleitseminar zur Bachelorarbeit, inklusiver einer Präsentation des Zwischenstandes der eigenen Arbeit. Kolloquium zur Bachelorarbeit (30-45 Minuten, davon 10-15 Minuten mündliche Präsentation der Arbeit)
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 selbstständig 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	Bachelorarbeit (Bearbeitungszeit maximal 12 Wochen), Begleitseminar (3 SWS), Kolloquium (30-45 Minuten)
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. Das Praxismodul ist mit Ausnahme der Präsentation abgeschlossen, der Praxisbericht liegt vor. <p>Zum Kolloquium wird nur zugelassen, wer alle Module mit Ausnahme des Bachelormoduls erfolgreich bestanden hat.</p>
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.