

Anlage 5

Modulhandbuch des Studiengangs

Wirtschaftspsychologie

Bachelor of Science (B. Sc.)

des Fachbereichs Gesellschaftswissenschaften

der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

vom 23.06.2020

zuletzt geändert am 24.10.2023

gültig ab 01.04.2024

zugrundeliegende BBPO vom 23.06.2020 (Amtliche Mitteilungen Jahr 2021)

Inhalt

201110 Einführung in die Psychologie	3
201120 Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie	5
201210 Empirische Forschungsmethoden	7
201220 Qualitative Methoden der Psychologie.....	9
201310 Wirtschaftliche Grundlagen I	11
201410 Sozial- und Kulturwissenschaften I	14
202110 Sozialpsychologie	17
202120 Allg. Psych.: Motivation, Emotion und Lernen	19
202130 Diagnostik und differentielle Psychologie	21
202210 Quantitative Methoden der Psychologie I.....	23
202310 Wirtschaftliche Grundlagen II	25
202410 Sozial- und Kulturwissenschaften (SuK) II	27
203110 Allg. Psych.: Denken und Entscheiden	31
203210 Quantitative Methoden der Psychologie II.....	33
203220 Empirisches Forschungspraktikum	35
203310 Wirtschaftliche Vertiefung.....	37
203320 Rechtliche Grundlagen	39
203410 Sprachen.....	41
204110 Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie I	44
204120 Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie II.....	46
204130 Arbeit, Personal und Organisation: Wirtschaftliche Aspekte.....	48
204140 Arbeit, Personal und Organisation: Ethische und rechtliche Aspekte	51
204210 Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie I	54
204220 Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie II.....	56
204230 Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte	58
204240 Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte	60
204310 Umweltpsychologie I	63
204320 Umweltpsychologie II.....	65
204330 Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte	67
204340 Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte	70
204410 Wirtschaftspsychologisches Projekt I.....	73
204420 Wirtschaftspsychologisches Projekt II	75
206100 Praxismodul	77
206200 Bachelormodul	79

Pflichtmodul: 201110 Einführung in die Psychologie					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 1	CP: 5	Aufwand: 5 SWS 150 h (Kontaktzeit: 75 h, Selbststudium: 75 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Übung/2 SWS/2,5 CP 201111 Einführung in die Psychologie-Übung Vorlesung (inkl. Abschlusspräsentation) 3 SWS/2,5 CP 201112 Einführung in die Psychologie-Vorlesung			Prüfungsform: PVL 201111: Kurze Seminararbeit, Anwesenheitspflicht in den Übungssitzungen inkl. Abschlusspräsentation PL 201112: Präsentation Gewichtung im Modul: PVL/PL jeweils 50%		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Stefanie Winter					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Stefanie Winter, Sandra Kleinke, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: keine					
Qualifikationsziele: <u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, was das Selbstverständnis der Psychologie ist, wie sich das Fachgebiet strukturiert und kennen erste grundlegende Theorien, Erkenntnisse und Persönlichkeiten der Psychologie. Die Studierenden wissen, wie man eine theoretische, wissenschaftliche Arbeit in der Psychologie erstellt (inkl. Entwicklung einer Fragestellung, Vorgehen bei der Literaturrecherche und der Strukturierung der Arbeit und Umgang mit Quellen) und wie man wissenschaftliche Erkenntnisse fachlich angemessen und anschaulich präsentiert. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können einfachere psychologische Fachtexte verstehen und erläutern und die Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens und Präsentierens im Rahmen der Erstellung einer schriftlichen theoretischen Arbeit sowie einer Präsentation korrekt anwenden. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, psychologische Inhalte sinnvoll in einen wissenschaftlichen Gesamtkontext einzuordnen und auf praktische Anwendungsgebiete zu übertragen. Sie können erste psychologische Inhalte kritisch reflektieren und bewerten, in Form einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit zusammenfassen sowie anschaulich und verständlich präsentieren und diskutieren.					
Inhalte: Grundlagen der Psychologie <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition der Psychologie ▪ Strukturierung des Fachgebiets 					

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlegende Theorien, Erkenntnisse und Persönlichkeiten der Psychologie ▪ Anwendungsfelder <p>Erstellung einer theoretischen wissenschaftlichen Arbeit in der Psychologie</p> <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 <p>Präsentieren wissenschaftlicher Inhalte</p> <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
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Selbst recherchierte Literatur zu den einzelnen Seminarthemen und Skript zur Lehrveranstaltung. Ergänzende Literaturempfehlungen:</p> <p>Zur Einführung in psychologische Themengebiete:</p> <p>Gerrig, R. J. & Zimbardo, P. G. (2014). <i>Psychologie</i> (20. Auflage). Pearson.</p> <p>Myers, D. G. (2014). <i>Psychologie</i> (3. Auflage). Springer.</p> <p>Werth, L. (2009). <i>Psychologie für die Wirtschaft: Grundlagen und Anwendungen</i>. Spektrum Akademischer Verlag.</p> <p>Zum wissenschaftlichen Arbeiten in der Psychologie:</p> <p>American Psychological Association (2010). <i>Publication Manual of the American Psychological Association</i> (6. Auflage). American Psychological Association.</p> <p>Deutsche Gesellschaft für Psychologie (2007). <i>Richtlinien zur Manuskriptgestaltung</i> (3. überarbeitete und erweiterte Auflage). Hogrefe.</p> <p>Karmasin, M. & Ribing, R. (2012). <i>Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten</i> (7. aktualisierte Auflage). UTB.</p> <p>Kornmeier, M. (2012). <i>Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation</i>. Haupt UTB.</p>

Pflichtmodul: 201120 Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 1	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminar			Prüfungsform: PL 201121: Klausur (90 Minuten)		
Modulverantwortung: Dr. Florian Röser					
Lehrperson(en): Angela Menig, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: keine					
Qualifikationsziele:					
<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>Sie kennen und verstehen die Grundlagen der Gedächtnispsychologie und kennen und verstehen die sensorischen Wahrnehmungsprozesse.</p> <p>Die Studierenden erlernen Messmethoden in der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie und 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 und erlernen die neuronalen und psychologischen Prozesse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie auf die wirtschaftspsychologische Praxis anzuwenden.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die Inhalte der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie auf Grundlage wissenschaftlicher Texte zu verstehen, Inhalte und Methoden der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie im Kontext wirtschafts(psychologischer) Fallstudien und in Bezug auf die Auseinandersetzung und Erarbeitung geeigneter Konzepte und Messmethoden anzuwenden und wissenschaftlich begründete Praxismaßnahmen zu entwickeln.</p> <p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage ihre erworbenen Kenntnisse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie auf die Anwendungsfelder der Wirtschaftspsychologie zu beziehen und geeignete Mess- und Analysemethoden sowie ihre Einsatzgebiete zu kennen.</p> <p>Sie sind in der Lage, Methoden und Ergebnisse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie für die Wirtschaftspsychologie kritisch zu bewerten und zu würdigen. Die Studierenden können ihre erworbenen Fachkenntnisse der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie in Bezug auf weitere Grundlagen- und Anwendungsfächer der Psychologie transferieren.</p>					

Inhalte:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in die Wahrnehmung und ihre Messmethoden ▪ Einführung in die biologischen Grundlagen ▪ Gedächtnispsychologie ▪ Kognitive Verarbeitungsprozesse ▪ Sensorische Prozesse und Wahrnehmung ▪ Messmethoden der Neuropsychologie ▪ Neuroökonomie: Erkenntnisse der Neuropsychologie für die Wirtschaft ▪ Ethik in der Wahrnehmungs- und Neuropsychologie <p>Anwendungen der Inhalte auf die wirtschaftspsychologische Praxis</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Becker-Carus, C., & Wendt, M. (2017). <i>Allgemeine Psychologie</i>. Springer.</p> <p>Goldstein, E.B. (2011). <i>Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs</i> (7. Auflage). Spektrum</p> <p>Schandry, R. (2011). <i>Biologische Psychologie</i> (3. vollständig überarbeitete Auflage). Beltz.</p> <p>Gerrig, R.J. & Zimbardo, Ph. G. (2008). <i>Psychologie</i> (18. aktualisierte Auflage). Pearson.</p> <p>Karnath, H-O. & Thier, P. (2012). <i>Kognitive Neurowissenschaften</i> (3. aktualisierte und erweiterte Auflage). Springer.</p> <p>Reimann, M. & Weber, B. (Hrsg.) (2011). <i>Neuroökonomie: Grundlagen-Methoden-Anwendungen</i>. Gabler.</p> <p>Hagendorf, H., Krummenacher, J., Müller, H.-J. & Schubert, T. (2011). <i>Wahrnehmung und Aufmerksamkeit</i>. Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Pflichtmodul: 201210 Empirische Forschungsmethoden					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 1	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Übung/2 SWS/2,5 CP Vorlesung/2 SWS/2,5 CP			Prüfungsform: PL 201211: Klausur (90 Min.) Durch aktive Mitarbeit in der Übung kann ein Studierender erreichen, dass die Klausur inhaltlich weniger umfangreich ausfällt.		
Modulverantwortung: Dr. Florian Röser, Dr. Malte Nachreiner					
Lehrperson(en): Dr. Florian Röser, Dr. Malte Nachreiner, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: keine					
Qualifikationsziele: <u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, in welchen Teilschritten empirische Forschung abläuft. Sie kennen die Vor- und Nachteile experimenteller und nicht-experimenteller quantitativer und qualitativer Forschung. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Verfahren der deskriptiven Datenanalyse und der graphischen Datenrepräsentation computerbasiert anwenden. Sie verfügen über grundlegende Fertigkeiten der Konstruktion von Frage- sowie Beobachtungsbögen. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, empirische Studien hinsichtlich ihrer Qualität zu bewerten. Sie können einschätzen, welche Methoden sich für die Beantwortung einer bestimmten wissenschaftlichen Hypothese eignen.					
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Phasen des empirischen Forschungsprozesses ▪ Hypothesenkonstruktion ▪ Messen und Skalieren ▪ Befragung und Beobachtung ▪ Stichprobenauswahl ▪ Experimentelle Designs ▪ Qualitative und quantitative Forschung ▪ Datenerhebung/Gestaltung von Erhebungsinstrumenten (z.B. Fragebogengestaltung) ▪ Dateneingabe (mit einem Statistik-Programm, z.B. SPSS) ▪ Einführung in die Datenauswertung (mit einem Statistik-Programm, z.B. SPSS): Grundbefehle, Lage- und Streuungsmaße 					
Verwendbarkeit des Moduls: ---					

Literatur:

Döring, N. (2023). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Springer.

Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2021). *Quantitative Methoden 1. Einführung in die Statistik für Psychologie, Sozial- & Erziehungswissenschaften*. Springer.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Pflichtmodul: 201220 Qualitative Methoden der Psychologie					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 1	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Übung/2 SWS/2,5 CP Seminaristische Vorlesung/2 SWS/2,5 CP:			Prüfungsform: PVL 201221: praktische Umsetzung einer qualitativen Methode PL 201222: Studienarbeit Anwesenheitspflicht in den Sitzungen beider Modulteile. Gewichtung im Modul: PVL 40%/PL 60%		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ingo Hamm					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Ingo Hamm, Sandra Kleinke, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: keine					
Qualifikationsziele: <u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Sie überblicken den Stand der Forschung. Sie kennen die Möglichkeiten, Anwendungsbereiche und Grenzen qualitativer Methoden. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können einschlägige Methoden der qualitativen Sozialforschung selbstständig anwenden. Sie verfügen über grundlegende Fertigkeiten der Konstruktion, Durchführung, Analyse & Berichtslegung qualitativer Studien. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind imstande, qualitative Methoden in der Arbeits-, Markt- und Medienforschung sicher und aufgabenspezifisch einzusetzen. Sie können qualitative Studien hinsichtlich ihrer Qualität bewerten.					
Inhalte: Qualitative Methoden der Psychologie - Übung Praktische Übungen: Entwicklung einer konkreten Forschungsfrage Konzeption einer qualitativen Studie (z.B. qualitatives Interview) Leitfadententwicklung Sampling & Screening Durchführung, Transkription, Auswertung, Reporting					

	<p>Qualitative Methoden der Psychologie - Vorlesung:</p> <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, ethnographische Interviews...) <p>Vorlesungsbegleitende Arbeit an der Studienarbeit: Realisierung einer qualitativen Methode (z.B. ethnographisches Interview)</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>---</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Belk, R., Fischer, E. & Kozinets, R.V. (2013). <i>Qualitative Consumer & Marketing Research</i>. Sage.</p> <p>Döring, N. & Bortz, J. (2016). <i>Forschungsmethoden und Evaluation</i>. Springer.</p> <p>Flick, U. (2007). <i>Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung</i>. Rowohlt.</p> <p>Hussy, W, Schreier, M. & Echterhoff, G. (2010) <i>Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor</i>. Springer.</p> <p>Silverman, D. (2013). <i>Doing Qualitative Research</i>. Sage.</p>

Pflichtmodul: 201310 Wirtschaftliche Grundlagen I					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 1	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung/2 SWS/2,5 CP: 201311 Grundlagen der Unternehmensführung Vorlesung/2 SWS/2,5 CP: 201312 Grundlagen der Mikroökonomik			Prüfungsform: Klausur (120 Min.) Ein Teil (50 %) zu betriebswirtschaftlichen Grundlagen (PL 201311) Ein Teil (50 %) zu volkswirtschaftlichen Grundlagen (PL 201312). Beide Teile müssen für sich bestanden werden.		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Döring					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Thomas Döring, Angela Menig, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: keine					
Qualifikationsziele: Grundlagen der Unternehmensführung: <u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen grundlegende betriebswirtschaftliche Begriffe sowie grundlegende Entscheidungsprobleme. Ferner kennen die Studierenden die verschiedenen Bestandteile und Dimensionen eines Betriebes sowie die mit seiner Einrichtung und Organisation verbundenen grundlegenden Entscheidungsprobleme. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die bestehenden Managementprobleme identifizieren und beurteilen. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Strategie-, Struktur- und Organisationsentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken.					
Qualifikationsziele: Grundlagen der Mikroökonomik: <u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die sachlichen Bestimmungsfaktoren und ökonomische Wirkungen des Angebots- und Nachfrageverhaltens von wirtschaftlichen Akteuren in unterschiedlichen Märkten. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Marktprozesse einzelwirtschaftlich analysieren und hinsichtlich ihrer Wohlfahrtswirkungen beurteilen.					

	<p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das volkswirtschaftlich komplexe Geschehen auf Märkten nachzuvollziehen und in seine verschiedenen Bestimmungsfaktoren zu zergliedern. Sie können zudem wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage auf Märkten ableiten.</p>
Inhalte:	<p>Grundlagen der Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Theoretische Grundlagen (z.B. faktortheoretischer Ansatz, industrieökonomischer Ansatz, ressourcenbasierter Ansatz) ▪ Gesellschaftliches, wirtschaftliches und rechtliches Umfeld (Formen von Kapitalismen, Unternehmensverfassung in unterschiedlichen Rechtsformen) ▪ Management und der (neue) Managementprozess ▪ Strategisches Management ▪ Überblick über betriebliche Funktionsbereiche (Beschaffung, Produktion, Vertrieb, Investition und Finanzierung) ▪ Betriebswirtschaftliche Perspektiven auf Entscheidungen (in den unterschiedlichen Funktionsbereichen einschließlich Rechtsformwahl und Organisationsstruktur)
Inhalte:	<p>Grundlagen der Mikroökonomik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlegende Begriffe, Prinzipien und Analysen 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)
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Erdmann, G., & Krupp, M. (2018). <i>Betriebswirtschaftslehre</i>. Pearson.</p> <p>Paul, J. (2015). <i>Praxisorientierte Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i> (3. Auflage). Springer-Gabler.</p> <p>Dillerup, R./Stoi, R. (2016). <i>Unternehmensführung</i> (5. Auflage). Vahlen.</p> <p>Schreyögg, G./Koch, J. (2014). <i>Grundlagen des Managements</i> (3. Auflage). Springer-Gabler.</p> <p>Mankiw, N.G., Taylor, M.P. (2018). <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i> (7. Auflage). Schäffer-Poeschel.</p> <p>Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L. (2012). <i>Mikroökonomie</i> (9. Auflage). Pearson.</p>

Wahlpflichtmodul: 201410 Sozial- und Kulturwissenschaften I					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester:	CP:	Aufwand:	Dauer:	Häufigkeit:	Sprache:
1	5	4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	1 Semester	Sozialphilosophie: Jedes Wintersemester SuK Begleitstudium: Jedes Semester	Deutsch und/oder Englisch
<p>Mit dem Begleitstudium Sozial- und Kulturwissenschaften (SuK) setzt die Hochschule Darmstadt die Idee eines Studium Generale um. Es ist seit Gründung der Hochschule Darmstadt fester Bestandteil der studentischen Ausbildung und in seiner Tradition und Ausprägung als interdisziplinär zusammengesetzte Organisationseinheit einmalig in der deutschen Hochschullandschaft. Das Begleitstudium vermittelt Kompetenzen an wissenschaftlich und praktisch bedeutsamen Schnittstellen von Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Recht, Technik, Wissenschaft und Kultur. Damit bereitet das sozial- und kulturwissenschaftliche Begleitstudium die Studierenden auf ihre professionellen Aufgaben vor. Es vermittelt ein breites Sach-, Orientierungs- und Reflexionswissen und einen interdisziplinären Zugang zu aktuellen gesellschaftsrelevanten Fragestellungen. Dies erlaubt es den Studierenden, das Wissen der eigenen Disziplin in Hinblick auf Zweck und Bedeutung zu hinterfragen, bestehende Positionen zu problematisieren, und ggf. neue Potentiale entfalten zu können. Das SuK Begleitstudium ist in ein Modul I und Modul II gegliedert. Angeboten werden in der Regel eigenständig geprüfte Lehrveranstaltungen von 2 SWS (2,5 CP). Modul I vermittelt Grundlagen, während Modul II vertiefende Angebote macht (Bsp. Existenzgründung, Umweltstrafrecht in der Praxis, Unternehmensentwicklung, Mobilitätswende etc.), die Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens und Reflektierens voraussetzen.</p> <p>Das Modul ist in zwei Teilmodule gegliedert: Die Pflichtveranstaltung „Sozialphilosophie“ und eine Wahlpflichtveranstaltung aus dem Bereich des SuK Begleitstudiums</p>					
Lehrform: Seminaristische Veranstaltung mit Vorlesungselementen/2 SWS/2,5 CP 201411 Sozialphilosophie (Pflichtveranstaltung) Vorlesung oder Seminar: 2 SWS/2,5 CP Aus SuK-Modulkatalogen (Wahlpflicht)			Prüfungsform: PL 201411: Referat/Kurzkomentar Je nach Veranstaltung optional Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation <u>Prüfungsvoraussetzung:</u> Präsenzplicht im Seminar (gemäß Vorgaben der Dozent*innen)		
Modulverantwortung: Leitung des SuK-Begleitstudium					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Nicola Erny, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: keine					
Qualifikationsziele <u>Sozialphilosophie:</u> <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>Qualifikationsziele der wählbaren Lehrveranstaltung aus den SuK-Modul-Katalogen</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> <p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden lernen die reflexive Auseinandersetzung zukunftsorientiertem und verantwortungsbewusstem Handeln im demokratischen und sozialen Rechtsstaat sowie mit 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 fachübergreifende Kompetenzen mit den Kompetenzen mit ihrem originären Berufsfeld in Verbindung zu bringen.</p>
<p>Inhalte Sozialphilosophie:</p>	<p>Die Veranstaltung entwickelt ein vertieftes Verständnis der philosophischen Grundlagen und Problemstellungen in Hinblick auf die Konsequenzen wirtschaftspsychologischen Denkens, Beurteilens und Handelns. Es reflektiert dabei forschungsethische und sozialphilosophische Fragestellungen aus gesellschaftlicher und individueller Verantwortungsperspektive sowie grundlegende und handlungsleitende Fragen nach dem Gegenstandsfeld der Psychologie (Mensch, Geist, Wahrnehmung, Verhalten).</p> <p>Sozialphilosophische Grundlagen und -fragen/Wirtschaftliche Leitbilder und Einstellungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Individual- und Sozialethik ▪ Diskussion des Homo Oeconomicus ▪ Mensch, Kultur und Lebenswelt ▪ Sozialkapital <p>Wirtschaftspsychologie und die Natur des Menschen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mensch und Arbeit ▪ Schwerpunkte aktueller Diskussionen mit Bezug zur Wirtschaftspsychologie (z.B. Vertrauen, Anerkennung, Entfremdung, Modernisierung) <p>Soziale Gerechtigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffsklärung ▪ Grundorientierungen und Entwicklungen ▪ anwendungsbezogene Perspektiven (z.B. Bildungs-, Gendergerechtigkeit, globale Gerechtigkeit, soziale Dilemmata usw.)

<p>Inhalte von wählbaren Lehrveranstaltungen aus den SuK Modulkatalogen</p>	<p>Forschungsethische Fragestellungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ z.B. Forschungsethik der Psychologie ▪ Psychologische Arbeitslosenforschung <p>Themenfelder mit einer Vielzahl von Veranstaltungen, die für jedes Semester bedarfsorientiert entwickelt werden und nach einer Vorauswahl der Studiengangsleitung Wirtschaftspsychologie von den Studierenden idealerweise aus dem SuK I-, im Bedarfsfall aber auch aus dem SuK II-Modulkatalog frei wählbar sind.</p> <p>Themenfelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeit, Beruf & Selbständigkeit (AB&S), ▪ Kultur & Kommunikation (K&K), ▪ Politik & Institutionen (P&I), ▪ Wissensentwicklung & Innovation (W&I)
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>---</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Horster, D. (2011). <i>Sozialphilosophie</i>. Stuttgart.</p> <p>Fuchs, M. (u.a.) (Hg.) (2010). <i>Forschungsethik. Eine Einführung</i>. Stuttgart/Weimar.</p> <p>Ebert, T. (2012). <i>Soziale Gerechtigkeit in der Krise</i>. Bonn.</p> <p>Hahn, H. (2009) <i>Globale Gerechtigkeit. Eine philosophische Einführung</i>. Frankfurt am Main.</p> <p>Seele, P./Pfleiderer, G. (2010). <i>Wirtschaftsethik kontrovers. Positionen aus Theorie und Praxis</i>. Zürich.</p> <p>Vossenkuhl, W. (2009). <i>Ecce homo. Menschenbild - Menschenbilder. Ethik im Diskurs 1</i>. Stuttgart.</p>

Pflichtmodul: 202110 Sozialpsychologie					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 2	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: 202112 Seminar (Übung)			Prüfungsform: PVL 202111 Übung: Konzeption, Durchführung und Dokumentation eines Trainings mit Präsentations- und Interaktionsanteilen in Gruppenarbeit PL 202112 Klausur (90 Minuten) Gewichtung im Modul: PVL 50%/PL 50%		
Modulverantwortung:		Prof. Dr. Stefanie Winter			
Lehrperson(en):		Prof. Dr. Stefanie Winter, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)			
Voraussetzungen:		Empfohlene Voraussetzungen: Einführung in die Psychologie, Allg. Psych. Wahrnehmung und Neuropsychologie, Empirische Forschungsmethoden, Qualitative Methoden der Psychologie.			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden haben ein Grundverständnis der Sozialpsychologie und ihrer Anwendungsgebiete innerhalb der Wirtschaftspsychologie erlangt. Sie kennen und verstehen die wesentlichen theoretischen Ansätze und empirischen Erkenntnisse der Sozialpsychologie. 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 Sozialpsychologie 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 Sozialpsychologie sinnvoll zu verknüpfen, kritisch zu reflektieren und auf didaktisch sinnvolle Weise in Form eines Trainings an andere Personen vermitteln.</p>			

Inhalte:	<p>Im Seminar werden folgende grundlegenden Inhalte aus dem Bereich der Sozialpsychologie 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 <p>Praktische Konsequenzen der sozialen Einflussnahme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Psychologie des Überzeugens nach Cialdini
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R.M. (2014). <i>Sozialpsychologie</i>. Pearson.</p> <p>Cialdini, R. B. (2023). <i>Influence</i>. HarperCollins.</p> <p>Schulz von Thun, F. (2011). <i>Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen</i>. rororo.</p> <p>Watzlawick, P., Beavin, J.H. & Jackson, D.D. (2011). <i>Menschliche Kommunikation</i>. Huber.</p>

Pflichtmodul: 202120 Allg. Psych.: Motivation, Emotion und Lernen					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 2	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminaristische Vorlesung			Prüfungsform: PL 202121 Klausur (60 Minuten) optional eine mündliche Präsentation (gemäß Ankündigung der Dozenten*innen), die zu 25% auf die Gesamtnote angerechnet werden kann		
Modulverantwortung:		Dipl. Psych. Sandra Kleinke			
Lehrperson(en):		Dipl. Psych. Sandra Kleinke, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)			
Voraussetzungen:		Empfohlene Voraussetzungen: Einführung in die Psychologie, Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie.			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die wichtigsten Konzepte und Erkenntnisse der Lern-, Emotions- und Motivationspsychologie. Sie überblicken deren Stand der Forschung, die theoretischen sowie methodischen Grundlagen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die Entstehung von Emotionen in wirtschaftspsychologischen Kontexten analysieren und Stressbewältigungstrainings mitgestalten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, individuelle Lern- und Motivationsprozesse im Arbeitsalltag zu analysieren und zu gestalten. Sie sind in der Lage, Maßnahmen zur Stressprävention und Stressbewältigung zu analysieren und zu initiieren.</p>			
Inhalte:		<p>Motivationspsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leistungsmotiv/ Machtmotiv/ Anschlussmotiv ▪ Motivationstheorien ▪ Motivationsdiagnostik ▪ Motivation in der Personalpsychologie <p>Emotionspsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Komponenten und Prozesse von Emotionen ▪ Theorien der Emotionsentstehung ▪ Stress und Stressbewältigung <p>Lernpsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorien assoziativen und kognitiven Lernens ▪ Lehr-Lern-Psychologie ▪ Lernen in beruflicher Fort- und Weiterbildung 			
Verwendbarkeit des Moduls:		---			

Literatur:

- Bartholdt, L. & Schütz, A. (2010). *Stress im Arbeitskontext*. PVU.
- Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R.M., Lozo, L. (2013). *Motivation und Emotion. Allgemeine Psychologie für Bachelor*. Springer.
- Schmidt-Atzert, L., Peper, M., & Stemmler, G. (2014). *Emotionspsychologie*. Kohlhammer.
- Edelmann, W. & Wittmann, S. (2012). *Lernpsychologie*. Beltz-PVU.
- Kiesel, A. & Koch, I. (2012). *Lernen*. Springer.
- VS. Mazur, J. E. (2006). *Lernen und Verhalten*. Pearson.
- Rheinberg, F. & Vollmeyer, R. (2012). *Motivation* (8. Auflage). Kohlhammer.

Pflichtmodul: 202130 Diagnostik und differentielle Psychologie					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 2	CP: 7,5	Aufwand: 6 SWS 225 h (Kontaktzeit: 90 h, Selbststudium: 135 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen und Projektelementen			Prüfungsform: PVL 202131: Erstellen eines Gutachtens über einen psychologisch-diagnostischen Test, inklusive Präsentation PL 202132: Klausur (90 Minuten) Gewichtung im Modul: PVL 30%/PL 70 %		
Modulverantwortung:		Dr. Florian Röser			
Lehrperson(en):		Dr. Florian Röser, Sandra Kleinke, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)			
Voraussetzungen:		Empfohlene Voraussetzungen: Einführung in die Psychologie, Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie, Empirische Forschungsmethoden.			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die testtheoretischen und methodischen Grundlagen der psychologischen Diagnostik. Sie wissen, wie Persönlichkeitsmerkmale wie z.B. die Intelligenz gemessen werden und welche diagnostischen Verfahren häufig im wirtschaftspsychologischen Kontext angewendet werden.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können psychometrische Testverfahren beurteilen, anwenden und auswerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, bei konkreten psychodiagnostischen Fragestellungen eigenständig geeignete Methoden zu deren Bearbeitung auszuwählen und anzuwenden.</p>			
Inhalte:		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Statistik, Faktorenanalyse und Reliabilitätsanalyse ▪ Grundlagen, Methoden und Herangehensweisen der psychologischen Diagnostik ▪ Testtheoretische Grundlagen diagnostischer Verfahren (Klassische Testtheorie (KTT)) ▪ Testmanuale (vorhanden in der Testothek) ▪ Testkonstruktion und Testanwendung ▪ Bewertung und Anwendung relevanter und aktueller diagnostischer Verfahren ▪ Projektartiges Erstellen von Bewertungen diagnostischer Tests ▪ Erlernen der Durchführung und Auswertung klassischer diagnostischer Tests ▪ Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie 			

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persönlichkeitsstrukturmodelle ▪ Struktur- und Prozessmodelle der Intelligenz ▪ Leistungs- und Eignungsdiagnostik im wirtschaftspsychologischen Kontext
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Asendorpf, J. B. & Neyer, F. (2012). <i>Psychologie der Persönlichkeit</i>. Springer.</p> <p>Krumm, S. & Schmidt-Atzert, L. (2009). <i>Leistungstests im Personalmanagement</i>. Hogrefe.</p> <p>Kubinger, K. & Ortner, T. (Hrsg.) (2010). <i>Psychologische Diagnostik in Fallbeispielen</i>. Hogrefe.</p> <p>Rasch, B., Frieze, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 1. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i> (4. Auflage). Springer.</p> <p>Rasch, B., Frieze, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 2. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i> (4. Auflage). Springer.</p> <p>Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i>. Springer.</p> <p>Schuler, H. & Kanning, U. (Hrsg.) (2014). <i>Lehrbuch der Personalpsychologie</i>. Hogrefe.</p> <p>Ziegler, M. & Bühner, M. (2012). <i>Grundlagen der Psychologischen Diagnostik</i>. Springer VS.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Pflichtmodul: 202210 Quantitative Methoden der Psychologie I					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 2	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: 202211 Übung/2 SWS/2,5 CP 202212 Vorlesung/2 SWS/2,5 CP			Prüfungsform: PVL 202211: Kurztests PL 202212: Klausur (90 Minuten) Gewichtung im Modul: PVL 50%/PL 50%		
Modulverantwortung: Dr. Florian Röser					
Lehrperson(en): Constanze Kubach, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: Empfohlene Voraussetzung: Empirische Forschungsmethoden.					
Qualifikationsziele: <u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden lernen die Grundlagen der Statistik und deren konkreten Bezug zur empirischen Arbeit in der Wirtschaftspsychologie kennen. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage für unterschiedliche einfache Fragestellungen angemessene statistische Verfahren auszuwählen, deren Prinzipien und Voraussetzungen zu beurteilen und zu verstehen und diese - soweit möglich - manuell durchzuführen, sowie entsprechende Analysen mit Hilfe einer Statistik-Software (z.B. SPSS) zu realisieren. <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. Sie sind in der Lage die Ergebnisse veröffentlichter Studien einzuordnen und sinnvoll zu interpretieren, sowie deren Qualität zu beurteilen.					
Inhalte: Deskriptive Statistik und (Samplesize) Inferenzstatistik <ul style="list-style-type: none">▪ Wahrscheinlichkeitsverteilungen▪ Dichtefunktionen▪ Kontingenztabellen▪ Hypothesentest▪ Kovarianz▪ Korrelation▪ Regression▪ Effektstärke▪ Mittelwertvergleich (t-Test)▪ Missing-Data					

	Dazu jeweils Einsatzgebiete, Voraussetzungen und Berechnung mit Hilfe einer Statistik-Software (z.B. SPSS).
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Benninghaus, Hans. (2007): <i>Deskriptive Statistik. Eine Einführung für Sozialwissenschaftler</i> (11. Auflage). VS Verlag.</p> <p>Bortz, J. & Schuster, Chr. (2010). <i>Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler</i>. Springer.</p> <p>Field, A. (2013). <i>Discovering Statistics Using IBM SPSS statistics</i> (4th edition). Sage.</p> <p>Rasch, B./Friese, M./Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden 1. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i>. Springer.</p> <p>Sahner, H. (2008). <i>Schließende Statistik. Eine Einführung für Sozialwissenschaftler</i> (7. Auflage). VS Verlag.</p>

Pflichtmodul: 202310 Wirtschaftliche Grundlagen II					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 2	CP: 2,5	Aufwand: 2 SWS 75 h (Kontaktzeit: 30 h, Selbststudium: 45 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung/2 SWS/2,5 CP 202311 Grundlagen der Makroökonomik			Prüfungsform: PL 202311: Klausur (90 Minuten)		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Thomas Döring					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Thomas Döring, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: Empfohlene Voraussetzungen: Wirtschaftliche Grundlagen I					
Qualifikationsziele:					
<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen gesamtwirtschaftliche Strukturen und Prozesse einschließlich der sie kennzeichnenden Aggregatsgrößen (Bruttoinlandsprodukt, Preisniveau, Beschäftigungsniveau, Geldmenge etc.).</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können gesamtwirtschaftliche Phänomene (Wirtschaftswachstum, Arbeitslosigkeit, Inflation, Konjunkturschwankungen etc.) makroökonomisch analysieren und hinsichtlich ihrer wirtschaftspolitischen Implikationen beurteilen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, das 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 realwirtschaftlichem und monetärem Teil einer Volkswirtschaft ableiten.</p>					
Inhalte:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennenlernen von grundlegenden makroökonomischen Messkonzepten (Konzept und Berechnung des Bruttoinlandsprodukts, Konzept und Berechnung des Preisindex der Lebenshaltungskosten etc.) ▪ Analyse von Bestimmungsfaktoren der realwirtschaftlichen Entwicklung in Form des wirtschaftlichen Wachstums einschließlich der Analyse von Formen und Ursachen langfristiger Arbeitslosigkeit ▪ Kennenlernen von grundlegenden Funktionen und Institutionen des monetären Sektors einschließlich der Ursachen und volkswirtschaftlichen Wirkungen von Inflation ▪ Analyse von kurzfristigen Schwankungen im Wirtschaftsablauf (Konjunkturzyklen), damit verbundenen Auswirkungen auf das Beschäftigungsniveau sowie Möglichkeiten der Gegensteuerung durch Geld- und Fiskalpolitik 					

Verwendbarkeit des Moduls:	---
-----------------------------------	-----

Literatur:	Mankiw, N.G., Taylor, M.P (2018). <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i> (7. Auflage). Schäffer-Poeschel. Blanchard, O. /Illing, G. (2017). <i>Makroökonomik</i> (6. Auflage). Pearson.
-------------------	--

Wahlpflichtmodul: 202410 Sozial- und Kulturwissenschaften (SuK) II					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester:	CP:	Aufwand:	Dauer:	Häufigkeit:	Sprache:
2	5	4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	1 Semester	Wissenschafts- theorie der Psychologie Jedes Sommersemester SuK Begleitstudium: Jedes Semester	Deutsch und/oder Englisch
<p>Mit dem Begleitstudium Sozial- und Kulturwissenschaften (SuK) setzt die Hochschule Darmstadt die Idee eines Studium Generale um. Es ist seit Gründung der Hochschule Darmstadt fester Bestandteil der studentischen Ausbildung und in seiner Tradition und Ausprägung als interdisziplinär zusammengesetzte Organisationseinheit einmalig in der deutschen Hochschullandschaft. Das Begleitstudium vermittelt Kompetenzen an wissenschaftlich und praktisch bedeutsamen Schnittstellen von Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Recht, Technik, Wissenschaft und Kultur. Damit bereitet das sozial- und kulturwissenschaftliche Begleitstudium die Studierenden auf ihre professionellen Aufgaben vor. Es vermittelt ein breites Sach-, Orientierungs- und Reflexionswissen und einen interdisziplinären Zugang zu aktuellen gesellschaftsrelevanten Fragestellungen. Dies erlaubt es den Studierenden, das Wissen der eigenen Disziplin in Hinblick auf Zweck und Bedeutung zu hinterfragen, bestehende Positionen zu problematisieren, und ggf. neue Potentiale entfalten zu können. Das SuK Begleitstudium ist in ein Modul I und Modul II gegliedert. Angeboten werden in der Regel eigenständig geprüfte Lehrveranstaltungen von 2 SWS (2,5 CP). Modul I vermittelt Grundlagen, während Modul II vertiefende Angebote macht (Bsp. Existenzgründung, Umweltstrafrecht in der Praxis, Unternehmensentwicklung, Mobilitätswende etc.), die Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens und Reflektierens voraussetzen.</p> <p>Das Modul ist in zwei Teilmodule gegliedert: Die Pflichtveranstaltung „Wissenschaftstheorie der Psychologie“ und eine Wahlpflichtveranstaltung aus dem Bereich des SuK Begleitstudiums.</p>					
Lehrform: Seminaristische Veranstaltung mit Vorlesungselementen/2 SWS/2,5 CP 202411 Wissenschaftstheorie der Psychologie Vorlesung oder Seminar/2 SWS/2,5 CP wählbar aus SuK-Modulkatalogen			Prüfungsform: PL 201411: Referat/Kurzkommentar Je nach Veranstaltung optional Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation <u>Prüfungsvoraussetzung:</u> Präsenzplicht im Seminar (gemäß Vorgaben der Dozent*innen)		
Modulverantwortung: Leitung des SuK-Begleitstudium					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Dr. Kai Schuster, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Bachelorniveau, intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse und reflexiven Auseinandersetzung mit einem Gebiet)					
Voraussetzungen: Keine					

Qualifikationsziele**Wissenschaftstheorie
der Psychologie:**Kenntnisse:

Die Studierenden lernen die Grundpositionen und die methodischen Grundlagen der Wissenschaftstheorie und Geschichte der Psychologie kennen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien.

Fähigkeiten:

Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftstheoretische und wissenschaftsgeschichtliche Strömungen, Epochen, Fragestellungen und Problempunkte adäquat zu identifizieren und zu reflektieren.

Kompetenzen: Die Studierenden erlernen ein methodisches Vorgehen und Kompetenzen im Hinblick auf eine praktische Anwendung im psychologischen Kontext. Sie erlernen zentrale Schlussformen induktiven und deduktiven Schließens.

Qualifikationsziele**der wählbaren
Lehrveranstaltung
aus den SuK-Modul-
Katalogen**Kenntnisse:

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.

Fähigkeiten:

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.

Kompetenzen:

Die Studierenden sind in der Lage, fachübergreifende Kompetenzen mit den Kompetenzen mit ihrem originären Berufsfeld in Verbindung zu bringen.

<p>Inhalte Wissenschaftstheorie der Psychologie:</p>	<p>Einführung in die Wissenschaftstheorie der Sozialwissenschaften, insbesondere der Psychologie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundfragen der Wissenschaftstheorie und die Frage: Was ist „Psychologie“? ▪ Begriffe und Methoden der Wissenschaftstheorie ▪ Wissenschaftstheoretische Positionen zum psychologischen Wissen (Rationalismus, Empirismus, Realismus, Idealismus, Konstruktivismus, Instrumentalismus) ▪ Wissenschaftsgeschichte, Wissenschaftstheorie, Theorien der Wissenschaftsgeschichte ▪ Geschichte der Psychologie ▪ Das Leib-Seele-Problem, Monismus, Dualismus, Pluralismus ▪ Schulen der Psychologie (Elektrophysiologie, Psychophysik, Phänomenologie, Behaviorismus, kognitivistische Wende, Konnektionismus, u.a.) ▪ Psychologie als Naturwissenschaft? - Der Positivismusvorwurf und die Kritische Psychologie ▪ Wissenschaftstheorie und Ethik <p>Die Veranstaltung entwickelt ein vertieftes Verständnis der philosophischen Grundlagen und Problemstellungen in Hinblick auf die Konsequenzen wirtschaftspsychologischen Denkens, Beurteilens und Handelns. Es reflektiert dabei forschungsethische und sozialphilosophische Fragestellungen aus gesellschaftlicher und individueller Verantwortungsperspektive sowie grundlegende und handlungsleitende Fragen nach dem Gegenstandsfeld der Psychologie (Mensch, Geist, Wahrnehmung, Verhalten).</p>
<p>Inhalte wählbarer Lehrveranstaltungen aus den SuK-Modul-Katalogen</p>	<p>Die Lehrveranstaltungen von SuK II greifen aktuelle und relevante Fragestellungen aus dem beruflichen und gesellschaftlichen Umfeld der künftigen Absolventen auf und vermitteln den Studierenden die Fähigkeit, das Handeln von Akteuren in Organisationen und Gesellschaft und deren jeweiligen institutionellen Kontext besser zu verstehen. Dies erlaubt u.a. Anreiz- und Hemmnisstrukturen, aber auch Prozesse und Entscheidungssituationen aus der Perspektive anderer Disziplinen einzuordnen und mit diesen zu kommunizieren. Verglichen zu SuK-I-Modulen vertiefen die SuK-II Veranstaltungen das Orientierungs- und Methodenwissen in anderen Disziplinen und sensibilisieren für die Pluralität innerhalb der gelehrten Disziplinen.</p> <p>Angeboten wird eine Vielzahl von Veranstaltungen, die für jedes Semester bedarfsorientiert entwickelt werden und nach einer Vorauswahl der Studiengangleitung Wirtschaftspsychologie von den Studierenden idealerweise aus dem SuK II-, im Bedarfsfall aber auch aus dem SuK I-Modulkatalog frei wählbar sind.</p> <p>Themenfelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeit, Beruf & Selbständigkeit (AB&S), ▪ Kultur & Kommunikation (K&K), ▪ Politik & Institutionen (P&I), ▪ Wissensentwicklung & Innovation (W&I)

Verwendbarkeit des Moduls: ---

Literatur:

Gadenne, V. (2004). *Philosophie der Psychologie*. Bern.

Galliker, M., Klein, M., Rykart, S. (HG.) (2007) *Meilensteine der Psychologie. Die Geschichte der Psychologie nach Personen, Werk und Wirkung*. Kröner.

Hecht, H., Desnizza, W. (2012). *Psychologie als empirische Wissenschaft. Essentielle wissenschaftstheoretische und historische Grundlagen*. Heidelberg/Berlin.

Herzog, W. (2012). *Wissenschaftstheoretische Grundlagen der Psychologie*. Wiesbaden.

Lück, H.E. (2013) *Geschichte der Psychologie* (6.Auflage). Kohlhammer.

Poser, H. (2001). *Wissenschaftstheorie, Eine philosophische Einführung*. Reclam.

Pflichtmodul: 203110 Allg. Psych.: Denken und Entscheiden					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 3	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminar			Prüfungsform: PL: 203111: Studienarbeit oder Klausur (90 Minuten) optional Übungsaufgaben (gemäß Ankündigung der Dozent*innen), die zu 45% auf die Gesamtnote angerechnet werden können		
Modulverantwortung:		Prof. Dr. Daniel Hanss			
Lehrperson(en):		Prof. Dr. Daniel Hanss, Sandra Kleinke, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Bachelorniveau, intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse)			
Voraussetzungen:		Empfohlene Voraussetzungen: Einführung in die Psychologie, Allg. Psych.: Wahrnehmung und Neuropsychologie, Empirische Forschungsmethoden, Sozialpsychologie, Allg. Psycho.: Motivation, Emotion und Lernen, Quantitative Methoden der Psychologie I, Wirtschaftliche Grundlagen II, Wissenschaftstheorie der Psychologie.			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen Kernthemen der Psychologie des Urteilens und Entscheidens. Sie sind darüber hinaus mit relevanten theoretischen und methodischen Ansätzen sowie Beispielen einschlägiger Forschungsarbeiten vertraut.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Urteils- und Entscheidungsprozesse unter verschiedenen Gesichtspunkten analysieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, Normen, Theorien und empirische Befunde zur Bewertung von Urteils- und Entscheidungsprozessen in verschiedenen Anwendungsfeldern und Bereichen des Alltags zu nutzen.</p>			
Inhalte:		<p>Kernthemen der Psychologie des Urteilens und Entscheidens</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Urteilsregeln ▪ Kognitive Täuschungen ▪ Entscheidungsprobleme ▪ Nutzen und Präferenz ▪ Entscheidungen unter Risiko ▪ Soziale Bedingtheit von Entscheidungen <p>Forschungsparadigmen und Methoden der Psychologie des Urteilens und Entscheidens</p>			
Verwendbarkeit des Moduls:		---			

Literatur:

Betsch, T., Funke, J., & Plessner, H.: *Denken – Urteilen, Entscheiden, Problemlösen*. Springer.

Pfister, H.-R., Jungermann, H., & Fischer, K.: *Die Psychologie der Entscheidung. Eine Einführung*. Springer.

Kahneman, D.: *Schnelles Denken, langsames Denken*. Siedler Verlag.

Gigerenzer, G., & Kober, H.: *Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft*. Bertelsmann.

Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.

Pflichtmodul: 203210 Quantitative Methoden der Psychologie II					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 3	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: 203211 Übung/2 SWS/2,5 CP 203212 Vorlesung/2 SWS/2,5 CP			Prüfungsform: PVL 203211: Kurztests PL 203212: Klausur (90 Minuten) Gewichtung im Modul: PVL 50%/PL 50%		
Modulverantwortung: Dr. Florian Röser					
Lehrperson(en): Constanze Kubach, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse)					
Voraussetzungen: Empfohlene Voraussetzungen: Empirische Forschungsmethoden, Quantitative Methoden der Psychologie I					
Qualifikationsziele: <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 sowie für erfolgreiche Praxis kennen. Die Studierenden erhalten ausreichende Hinweise zum Selbstlernen. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden erweitern das Spektrum unterschiedlicher Fragestellungen der Psychologie, zu deren erfolgreicher Beantwortung sie gute und geeignete statistische Verfahren auswählen können, deren Prinzipien und Voraussetzungen sie grundsätzlich verstehen und beurteilen können. Sie können passende Analysen mit Hilfe einer Statistik-Software (z.B. SPSS) durchführen und können die Ergebnisse sachgerecht beurteilen. <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.					
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Multiple lineare Regression (OLS-Regression) mit Testung der BLUE-Annahmen ▪ Varianzanalyse (ANOVA) ▪ Mehrfaktoren Varianzanalyse ▪ Logistische Regression (Odds, Ratio, Risk Ratio) ▪ Analyse von Rang- und Nominaldaten ▪ Nicht-parametrische Testverfahren ▪ Clusteranalysen 					

Verwendbarkeit des
Moduls:

Literatur:

Backhaus/Erichson/Plinke/Weiber (2011). *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung*. Springer.

Bortz, J. & Schuster, C. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*. Springer.

Bühl, A. (2011). *SPSS 20. Einführung in die moderne Datenanalyse*. Pearson.

Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS statistics* (4th edition). Sage.

Rasch/Friese/Hofmann/Naumann (2010). *Quantitative Methoden 1+2. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler*. Springer.

Urban, D. & Mayerl, J. (2011). *Regressionsanalyse. Theorie, Technik und Anwendung* (4. überarbeitete und erweiterte Auflage). VS Verlag.

Pflichtmodul: 203220 Empirisches Forschungspraktikum					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 3	CP: 7,5	Aufwand: 4 SWS 225 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 165 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung/1 SWS Seminar/3 SWS			Prüfungsform: PL 203211: Planen, Konzipieren, Durchführen und Auswerten eines psychologisch-empirischen Experimentes sowie das Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit (Forschungsbericht) zu diesem Experiment (100% der Gesamtnote)		
Modulverantwortung:		Dr. Florian Röser			
Lehrperson(en):		Dr. Florian Röser, Sandra Kleinke, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskonzepte)			
Voraussetzungen:		Empfohlene Voraussetzungen: Einführung in die Psychologie, Empirische Forschungsmethoden, Qualitative Methoden der Psychologie, Quantitative Methoden der Psychologie I.			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie das selbständige Planen, Konzipieren, Durchführen und Auswerten eines einfachen psychologischen Experimentes funktioniert. Sie wissen, wie man eine psychologisch-empirische Arbeit verfasst (Aufbau, relevante Inhalte, formale Kriterien). Die Studierenden haben durch die Teilnahme an vielen Studien/Experimenten Erfahrungen im Experimentieren gewonnen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die empirisch-wissenschaftlichen Grundlagen praktisch anwenden und auf ein neues Forschungsfeld übertragen. Sie können eine empirisch-wissenschaftliche Arbeit nach gängigen Standards verfassen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden und Vorgehensweisen anzuwenden und auf neue und auch anwendungsbezogene Bereiche zu übertragen. Sie können empirisch-psychologische Inhalte anwenden und kritisch reflektieren.</p>			
Inhalte:		<p>Planen, Konzipieren, Durchführen und Auswerten eines psychologisch-empirischen Experimentes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Relevante Merkmale psychologischer Experimentalplanung ▪ Relevante Aspekte psychologischer Experimentaldurchführung ▪ Anwendung der gelernten statistischen Verfahren zur Auswertung empirischer Daten ▪ Wissenschaftlich-ethischer Umgang mit Probandendaten 			

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellen einer empirisch-wissenschaftlichen Arbeit in der Psychologie - Literaturrecherche zu aktuellen Themen ▪ Inhalt und Aufbau einer empirischen Arbeit ▪ Umgang mit statistischen Kennwerten/Literatur/Quellen
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Selbst recherchierte Literatur zu den einzelnen Experimenten</p> <p>Empfohlene Literatur:</p> <p>American Psychological Association (2010). <i>Publication Manual of the American Psychological Association</i> (6. Auflage). American Psychological Association.</p> <p>Bortz, J. & Schuster, C. (2010). <i>Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler</i>. Springer.</p> <p>Deutsche Gesellschaft für Psychologie (2007). <i>Richtlinien zur Manuskriptgestaltung</i> (3. überarbeitete und erweiterte Auflage). Hogrefe.</p> <p>Field, A. (2016). <i>An Adventure in Statistics: The Reality Enigma</i>. SAGE.</p> <p>Rasch, B., Frieze, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 1. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i> (4. Auflage). Springer.</p> <p>Rasch, B., Frieze, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). <i>Quantitative Methoden Band 2. Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i> (4. Auflage). Springer.</p> <p>Karmasin, M. & Ribing, R. (2012). <i>Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten</i> (7. aktualisierte Auflage). UTB.</p> <p>Kornmeier, M. (2012). <i>Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation</i>. Haupt UTB.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Pflichtmodul: 203310 Wirtschaftliche Vertiefung					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 3	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminaristische Vorlesung/2 SWS Übung/2 SWS			Prüfungsform: PL 203311 Klausur (90 Minuten)		
Modulverantwortung:		Prof. Dr. Thomas Döring			
Lehrperson(en):		Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Intermediate level course (Modul zur Vertiefung der Basiskenntnisse)			
Voraussetzungen:		Empfohlene Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss des Moduls Wirtschaftliche Grundlagen I			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe in den unternehmensbezogenen Funktionsbereichen Marketing, Personal, Organisation sowie Rechnungswesen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die bestehenden Probleme in den genannten betrieblichen Funktionsbereichen identifizieren und beurteilen, um sich auf dieser Grundlage in Organisationen mit den betriebswirtschaftlich Verantwortlichen verständigen und auseinandersetzen zu können.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Strategie-, Struktur und Prozessentscheidungen eines Betriebes in den genannten Funktionsbereichen nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu überblicken.</p>			
Inhalte:		<p>Organisation und Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zum Begriff der Organisation ▪ Aufbau- und Ablauforganisation, Arbeitsorganisation, Netzwerkorganisation ▪ (In)formelle Organisation, Ausgewählte Organisationstheorien und ihre Anwendung auf praktische Fragen <p>Gegenstände des Personalmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategisches Management und Personalmanagement ▪ Ausgewählte Aspekte des Personalmanagements (z.B. Personalbeschaffung) ▪ Mitbestimmungspraxis und Personalmanagement <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundzüge des Marketings ▪ Marketing-Strategie ▪ Marketing-Mix 			

	<p>Buchhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Buchführung ▪ Jahresabschluss und seine Analyse ▪ Kosten/Leistungsrechnung ▪ Controlling <p>Überblick über das betriebliche Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostenstellen ▪ Kostenarten- und Kostenträgerrechnung ▪ Betriebsabrechnungsbogen ▪ Controllingverständnisse ▪ Controlling-Instrumente (z.B. target costing, zerobased budgeting) ▪ Grundlagen der Finanzierung
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Schreyögg, G./Koch, J. (2014). <i>Grundlagen des Managements</i> (3. Auflage). Wiesbaden.</p> <p>Oechsler, W. A./Paul, C. (2015). <i>Personal und Arbeit</i> (10. Auflage). Berlin.</p> <p>Wöhe, G. (2016). <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i> (26. Auflage). München.</p> <p>Aktuelle Zeitschriftenbeiträge</p>

Pflichtmodul: 203320 Rechtliche Grundlagen					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 3	CP: 2,5	Aufwand: 2 SWS 75 h (Kontaktzeit: 30 h, Selbststudium: 45 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung/2 SWS			Prüfungsform: PL 203321 Klausur (90 Minuten)		
Modulverantwortung: Studiengangsleitung Bachelor Informationsrecht					
Lehrperson(en): Ass. jur. Jan Hansen, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Basic level course (Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebietes)					
Voraussetzungen: keine					
Qualifikationsziele:					
<p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen des deutschen Rechts und zu 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></p> <p>Die Studierenden können einschätzen, in welchem rechtlichen Rahmen sich Informationen über Kunden erheben und in Kommunikationsmaßnahmen umsetzen lassen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>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>					
Inhalte:					
<p>Rechtliche Grundlagen I</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Funktion des deutschen Rechts ▪ Struktur und Inhalte des europäischen Rechtsrahmens ▪ Abgrenzung und Struktur von Öfftl. 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 					

	<ul style="list-style-type: none">▪ Datenschutzrecht I (Einführung in den Datenschutz, grundgesetzliche Grundlagen, BDSG, spezialgesetzliche Verankerungen (u.a. TMG), System des Verbots mit Erlaubnisvorbehalt▪ Grundlagen des Geistigen Eigentums
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	Wird in der Veranstaltung mitgeteilt

Wahlpflichtmodul: 203410 Sprachen					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 3	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Wissenschafts- englisch: Jedes Wintersemester Angebot Sprachenzentrum: Jedes Semester	Sprache: Englisch u.a.
Lehrform: Übung/2 SWS/2,5 CP 203411 Wissenschaftsenglisch für Wirtschaftspsychologie Vortrag, Unterrichtung, Lehrgespräch, Selbststudium, Gruppenarbeit, Einzelarbeit (max. 20 Teilnehmer) 2 SWS/2,5 CP aus Angebot des Sprachenzentrums			Prüfungsform: Voraussetzung für die Klausurberechtigung in Sprachveranstaltungen ist die aktive Teilnahme an mindestens 75% der UE PL 203411 Klausur (90 Minuten) Mündliche Prüfung oder Präsentation mit schriftlicher Ausarbeitung nach Maßgabe der Dozent*innen Genaue Prüfungsform wird zu Beginn der Veranstaltung festgelegt.		
Modulverantwortung:		Leitung des Sprachenzentrums, Wenzel Stammnitz-Kim (Koordinator)			
Lehrperson(en):		Hauptamtliche Lehrende und Lehrbeauftragte des Sprachenzentrums			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Wissenschaftsenglisch für Wirtschaftspsychologie (Pflicht) Niveau B2 gemäß dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GeR) Zweiter Sprachschein (Wahlpflicht) Englisch ab Niveau B2 Französisch ab Niveau A1* Spanisch ab Niveau A1* Deutsch als Fremdsprache Niveau C2 Alle anderen Fremdsprachen (Angebot des Sprachenzentrums) ab Niveau A1* *(je nach Vorkenntnissen)			
Voraussetzungen:		Für die Teilnahme an Sprachkursen für Anfänger/innen ohne Vorkenntnisse ist keine Voraussetzung vorgegeben. Für alle anderen Niveaustufen müssen die Vorkenntnisse nachgewiesen bzw. ein Einstufungstest abgelegt werden. Scheinvergabe gemäß Regelungen des Sprachenzentrums			

<p>Qualifikationsziele Wissenschaftsenglisch für Wirtschaftspsychologie:</p>	<p>Die Studierenden kennen wichtige wissenschaftssprachliche Stilmittel und Strukturmerkmale und sind in der Lage, wissenschaftliche Texte ihres Fachgebiets zu verstehen und selbst zu verfassen.</p> <p>Die Studierenden sind mit zentralen wirtschaftspsychologischen Wortfeldern vertraut, sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse im fachspezifischen professionellen und akademischen Umfeld anzuwenden</p> <p>Die Studierenden können sich auf dem Niveau B2 (GeR) an Diskussionen beteiligen und aktiv am wissenschaftlichen Diskurs teilnehmen.</p>
<p>Qualifikationsziele des wählbaren Sprach- scheins</p>	<p>Die Studierenden erwerben interkulturelle und sprachliche Kompetenzen jeweils für alle vier Modalitäten (Sprechen, Leseverstehen, Schreiben, Hörverstehen) auf der vorgegebenen Niveaustufe der ausgewählten Lehrveranstaltung.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, diese Kompetenzen in konkreten Kommunikationssituationen anzuwenden. Sie können dem Kursniveau entsprechend adäquat und unter Berücksichtigung der interkulturellen Erfordernisse kommunizieren.</p> <p>Erwerb und Festigung von Kenntnissen der jeweils gewählten Sprache im beruflichen Kontext werden ermöglicht.</p>
<p>Inhalte Wissenschafts- englisch für Wirt- schaftspsychologie:</p>	<p>Kommunikationsbezogene Übungseinheiten zu wissenschaftlichen und fachspezifischen Themen z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Branches of Psychology ▪ Topics in Business Psychology ▪ Organizational Behavior ▪ Research Methods in Psychology ▪ Consumer Psychology ▪ Professional Correspondence ▪ Participating in a Discussion <p>Ausbau des Fachwortschatzes</p> <p>Übungen zu Grammatikthemen mit Relevanz für wissenschaftliche und fachspezifische Themen</p>
<p>Inhalte des wählbaren Sprach- scheins</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gespräche und Diskussionen zu fachspezifischen und wissenschaftlichen Themen ▪ Komplexe Hörtexte ▪ Bearbeitung anspruchsvoller Texte (Fachthemen, Berichte, Zusammenfassungen, etc. sowie Anfertigung detaillierter Gesprächsnotizen) ▪ Fachkorrespondenz

	<ul style="list-style-type: none">▪ Übungen zu Grammatikthemen, die die wichtigsten Aspekte des Wissenschaftsgebiets abdecken▪ Ausbau des Fachwortschatzes
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	Lehrwerke und Literatur werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Pflichtmodul im 204110 Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie I Schwerpunkt APO:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung mit seminaristischen Elementen			Prüfungsform: PL 204111 Klausur (60 Minuten) oder Studienarbeit; optional Übungsaufgaben (gem. Ankündigung der Dozent*innen), die zu 45 % auf die Note angerechnet werden können		
Modulverantwortung:		Prof. Dr. Daniela Lohaus			
Lehrperson(en):		Prof. Dr. Daniela Lohaus, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)			
Voraussetzungen:		Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO.			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen wesentliche Ansätze der Personalpsychologie sowie relevante empirische Befunde unterschiedlicher Kulturräume. Sie kennen die Anwendungsfelder und Rahmenbedingungen der psychologisch orientierten Personalarbeit in Organisationen. Sie kennen Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen psychologischen und betriebswirtschaftlichen Herangehensweisen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Forschungs- und Anwendungsfragen der Personalpsychologie einordnen und relevante Erkenntnisse, Theorien und Methoden zu deren Analyse anwenden. Sie können sich Forschungsarbeiten eigenständig erschließen und deren Inhalte gemäß den fachspezifischen Traditionen wiedergeben.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können Chancen und Grenzen der gängigen personalpsychologischen Instrumente und Methoden bewerten. Auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse können sie Ideen zur Konzipierung von Instrumenten entwickeln, die in der personalpsychologischen Praxis eingesetzt werden.</p>			
Inhalte:		<p>Kernthemen der Personalpsychologie, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Berufs- und Organisationswahl ▪ Personalmarketing ▪ Eignungsdiagnose und Personalauswahl ▪ Personalentwicklung 			
Verwendbarkeit des Moduls:		---			

Literatur:

Einführend (alternativ) in der jeweils aktuellen Auflage:

Kauffeld, S. (2019) *Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie*. Springer.

Nerdinger, F., Blickle, G. & Schaper, N. (2019). *Arbeits- und Organisationspsychologie*. Springer.

Schuler, H. & Kanning, P. (2014). *Lehrbuch der Personalpsychologie*. Hogrefe.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung benannt.

Pflichtmodul im 204120 Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie II Schwerpunkt APO:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung mit seminaristischen Elementen			Prüfungsform: PL 204121 Klausur (60 Minuten) oder Studienarbeit; optional Übungsaufgaben (gem. Ankündigung der Dozent*innen), die zu 45 % auf die Note angerechnet werden können		
Modulverantwortung:		Prof. Dr. Daniela Lohaus			
Lehrperson(en):		Prof. Dr. Daniela Lohaus, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)			
Voraussetzungen:		Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO. Empfohlene Voraussetzung: 204110 Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie I			
Qualifikationsziele:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen wesentliche Ansätze der Arbeits- und Organisationspsychologie sowie relevante empirische Befunde unterschiedlicher Kulturräume. Sie kennen die Anwendungsfelder und Rahmenbedingungen der psychologisch orientierten Personal- und Organisationsentwicklungsarbeit in Organisationen. Sie kennen Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen psychologischen und betriebswirtschaftlichen Herangehensweisen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Forschungs- und Anwendungsfragen der Arbeits- und Organisationspsychologie einordnen und relevante Erkenntnisse, Theorien und Methoden zu deren Analyse anwenden. Sie können sich Forschungsarbeiten eigenständig erschließen und deren Inhalte gemäß den fachspezifischen Traditionen wiedergeben.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können Chancen und Grenzen der gängigen arbeits- und organisationspsychologischen Instrumente und Methoden bewerten. Auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse können sie Ideen zur Konzipierung von Instrumenten entwickeln, die in der arbeits-, personal- und organisationspsychologischen Praxis eingesetzt werden.</p>			
Inhalte:		<p>Kernthemen der Arbeits- und Organisationspsychologie, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeitsanalyse und -gestaltung ▪ Arbeitshaltungen ▪ Organisationsdiagnose ▪ Organisationsentwicklung und -beratung 			
Verwendbarkeit des Moduls:		---			

Literatur:

Einführend (alternativ) in der jeweils aktuellen Auflage:

Kauffeld, S. (2019). *Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie*. Springer.

Nerdinger, F., Blickle, G. & Schaper, N. (2019). *Arbeits- und Organisationspsychologie*. Springer.

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung benannt.

Pflichtmodul im 204130 Arbeit, Personal und Organisation: Wirtschaftliche Aspekte Schwerpunkt AP0:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fach-semester: 4 und 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: Personal- management nur im SoSe (4.FS) Arbeitsmarkt u. Organisations- ökonomik nur im WiSe (5.FS)	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung/ 2 SWS/2,5 CP 204131 Personalmanagement Vorlesung/ 2 SWS/2,5 CP 204132 Arbeitsmarkt- und Organisations- ökonomik			Prüfungsform: PL 204131 Klausur (60 Minuten) PL 204132 Klausur (90 Minuten) Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Daniela Lohaus					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Daniela Lohaus, Prof. Dr. Thomas Döring, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO. Empfohlene Voraussetzungen: Alle im Curriculum in den Semestern 1-3 vorgesehenen Module zu den wirtschaftlichen Grundlagen.					
Qualifikationsziele Personalmanagement: <u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Konzepte zur betriebswirtschaftlichen Fundierung des Personalmanagements. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können verschiedene Instrumente des betrieblichen Personalmanagements hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten kritisch bewerten. Sie können die sich in Organisationen typischerweise ergebenden Konfliktpotenziale und Interaktionsprobleme identifizieren und bewerten. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind fähig, grundlegende Personalentscheidungen eines Betriebes nachzuvollziehen und hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Beeinflussbarkeit zu beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte und Methoden des Personalmanagements praktisch anzuwenden.					

<p>Qualifikationsziele Arbeitsmarkt u. Organisations- ökonomik:</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</p> <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, das volkswirtschaftlich komplexe Geschehen auf Arbeitsmärkten sowie innerhalb von (Unternehmens-) Organisationen nachzuvollziehen und in seine verschiedenen Bestimmungsfaktoren zu zergliedern. Sie können zudem arbeitsmarkt- und unternehmenspolitische Schlussfolgerungen aus der volkswirtschaftlichen Analyse von Arbeitsmarkt- und Organisationsstrukturen ableiten.</p>
<p>Inhalte Personalmanagement:</p> <p>Inhalte Arbeitsmarkt u. Organisations- ökonomik:</p>	<p>Unter Bezugnahme auf wesentliche ökonomische und verhaltenswissenschaftliche Theorien werden relevante Mitarbeiterflusssysteme und Belohnungssysteme behandelt. Dazu gehören z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation des Personalmanagements ▪ Personalcontrolling ▪ Personalplanung und Personalbedarfsplanung ▪ Personaleinsatz ▪ Personalvergütung ▪ Personalfreisetzung <p>▪ Besonderheiten des Arbeitsmarktes sowie der Messkonzepte und Messprobleme von Arbeitslosigkeit</p> <p>▪ Mikroökonomische Analyse des Arbeitsmarktes (Bestimmungsfaktoren von individuellem Arbeitsangebot und unternehmerischer Arbeitsnachfrage; Analyse des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt)</p> <p>▪ Makroökonomische Analyse des Arbeitsmarktes (strukturelle und friktionelle Arbeitslosigkeit; Lohnfindung und Arbeitsmarktgleichgewicht; Brennpunkte der Arbeitsmarktpolitik)</p> <p>▪ Grundlegenden Ansätze der Personal- und Organisationsökonomik (Prinzipal-Agent-Modell; Transaktionskostentheorie; Property-Rights-Ansatz)</p> <p>▪ Analyse spezifischer Interaktionsprobleme in Organisationen (Moral-Hazard-Problem; Problem adverser Selektion; Hold-Up-Problem etc.)</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>---</p>

Literatur**Personalmanagement:**

Berthel, J., Becker, F. (2017). *Personal-Management: Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit*. Stuttgart.

Nicolai, C. (2019). *Personalmanagement*. Stuttgart.

Stock-Homburg, R. (2019). *Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente*. Berlin.

Literatur**Arbeitsmarkt u.
Organisations-
ökonomik:**

Franz, W. (2006). *Arbeitsmarktökonomik* (6. Auflage). Heidelberg.

Erlei, M., Leschke, M. und Sauerland, D. (2007). *Neue Institutionenökonomik* (2. Auflage). Stuttgart.

Sesselmeier, W., Funk, L. und Waas, B. (2010). *Arbeitsmarkttheorien – eine ökonomisch-juristische Einführung* (3. Auflage). Heidelberg

Alternativ in der jeweils aktuellen Auflage

Pflichtmodul im Schwerpunkt APO: 204140 Arbeit, Personal und Organisation: Ethische und rechtliche Aspekte					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4 und 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: Ethische Aspekte von APO nur im WiSe (5. FS) Rechtl. Aspekte von APO nur im SoSe (4. FS)	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen 2 SWS 204141 Ethische Aspekte von APO Vorlesung mit Übungen 2 SWS 204142 Rechtl. Aspekte von APO			Prüfungsform: PL 204141 Studienarbeit/Mündliche Prüfung/Referat (PVL: Präsenzpflicht im Seminar) PL 204142 Klausur (90 Minuten), Studienarbeit oder Referat Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Daniela Lohaus					
Lehrperson(en): Ass. jur. Jan Hansen, Dr. Matthias Herrgen, Dr. Bernd Wagner, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO. Empfohlene Voraussetzungen: Wissenschaftstheorie der Psychologie, Sozialphilosophie, Rechtliche Grundlagen.					
Qualifikationsziele Ethische Aspekte von APO:					
<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die wesentlichen organisationalen und personalbezogenen Grundprobleme und –herausforderungen in ihren ethischen Bezügen und Problemhorizonten.					
<u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können diese analysieren und in Hinblick auf Anforderungen im wirtschaftspsychologischen Kontext bewerten.					
<u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, das Problem der normativen Orientierung in 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>Qualifikationsziele</p> <p>Rechtliche Aspekte von APO:</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>Inhalte</p> <p>Ethische Aspekte von APO:</p>	<p>Grundlagen der Personalethik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ethische Differenzierung und Gestaltung des unternehmerischen Personalmanagements ▪ Behavioral Business Ethics <p>Organisation, Kultur und Ethik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Compliance ▪ Integrität und Wertemanagement ▪ Organisation von Verantwortlichkeit (u.a. Integritätskultur, Ethik-/Verhaltenskodizes, Praxisbeispiele) ▪ Führungsethik ▪ ethische Dilemmata im Beruf (z.B. Whistleblowing) <p>Ethics Education</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ethische Kompetenzbildung in Unternehmen ▪ Responsible Change und moralisches Lernen ▪ Ethics Officer (Aufgaben, Funktion, Herausforderungen) <p>Ethische Hintergründe zum Thema Arbeit/Soziales im CSR-/Nachhaltigkeitsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ILOstandards ▪ Verantwortungs-/Berichtsstandards (z.B. ISO 26000) <p>Aktuelle Themen mit ethischer Relevanz z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversity ▪ Gesundheitsmanagement ▪ Nachhaltiges Personalmanagement ▪ Rechtliche Stellung von Arbeitgebern und Arbeitnehmern ▪ Kündigungsschutz ▪ Mitbestimmung durch den Betriebsrat/Gewerkschaften ▪ Tarife ▪ Streik

<p>Inhalte</p> <p>Rechtliche Aspekte von APO:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechtsdurchsetzung vor den Arbeitsgerichten ▪ Schiedsverfahren ▪ Unternehmensorganisation/Compliance
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>---</p>
<p>Literatur</p> <p>Ethische Aspekte von APO:</p>	<p>Primäre Literatur:</p> <p>Bazerman, Max H./Tenbrusel, Ann E. (2013). <i>Blind Spots</i>. Maak.</p> <p>Ulrich, Th. P. (2007). <i>Integre Unternehmensführung – ethisches Orientierungswissen für die Wirtschaftspraxis</i>. Schäffer/Poeschel.</p> <p>Erweiterte Literatur:</p> <p>Blickle, G. (1998). <i>Organisation und Ethik</i>. Verlag für angewandte Psychologie DGFP e.V. (Hg.) (2011). <i>Personalmanagement nachhaltig gestalten</i>. Bertelsmann Verlag</p> <p>Haase, Michael u.a. (Hg.) (2011). <i>Ethics Education</i>. Rainer Hampp-Verlag</p> <p>Kaiser, St./ Kozicka, A. (Hg.) (2012). <i>Ethik im Personalmanagement</i>. Rainer Hampp-Verlag</p> <p>Küpper, H.-U. (2012). <i>Unternehmensethik</i>. Schäffer Poeschel.</p> <p>Kuhn, Th./Weibler, J. (2012). <i>Führungsethik in Organisationen</i>. Kohlhammer</p> <p>Ruh, H./ Leisinger, Kl. (Hg.) (2004). <i>Ethik im Management</i>. Orell Fuessli</p> <p>Wieland, J. (u.a.) (Hg.) (2014). <i>Handbuch Compliance Management</i>. E. Schmidt Verlag</p>
<p>Literatur</p> <p>Rechtliche Aspekte von APO:</p>	<p>Junker, A. (2020) <i>Grundkurs Arbeitsrecht</i> (19. Auflage) C.H. Beck.</p> <p>Reichold, H. (2019). <i>Arbeitsrecht</i>. (6. Auflage). C.H. Beck</p> <p>Hromadka, W./ Maschmann, F. (2012). <i>Individualarbeitsrecht</i> (5. Auflage). Springer</p> <p>Hromadka, W./ Maschmann, F. (2014). <i>Kollektives Arbeitsrecht</i> (6. Auflage). Springer</p>

Pflichtmodul im 204210 Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie I					
Schwerpunkt MKM:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fach-semester: 4	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung mit seminaristischen Elementen			Prüfungsform: PL 204211 Klausur (60 Minuten) oder Studienarbeit; optional Übungsaufgaben (gem. Ankündigung der Dozent*innen), die zu 45 % auf die Note angerechnet werden können		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ingo Hamm					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Ingo Hamm, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO.					
Qualifikationsziele:					
<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind mit Kernthemen des Markt- und Konsumentenverhaltens und deren theoretischen Verankerungen, relevanten empirischen Befunden und Anwendungsfeldern vertraut. Sie kennen wesentliche Konzepte der Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie, Schnittstellen dieser mit anderen Fachdisziplinen und Teildisziplinen der Psychologie sowie die Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Markt-, Konsum- und Werbepsycholog*innen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Forschungs- und Anwendungsfragen des Markt- und Konsumentenverhaltens 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 Arbeiten zum Markt- und Konsumentenverhalten 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 zu Markt- und Konsumentenverhalten auseinanderzusetzen sowie relevante Forschungs- und Anwendungsfragen (v.a. aus Wirtschaft und Gesellschaft) zu erkennen. Sie sind imstande, komplexe Forschungs- und Anwendungsfragen aus Perspektive zu Markt- und Konsumentenverhaltens 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-Beziehungen und deren Untersuchung ergeben.</p>					

Inhalte:	Markt- und Konsumentenverhalten <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 Marketing-Kommunikation <ul style="list-style-type: none">▪ Markenmanagement▪ Positionierung & Markenführung▪ Werbegestaltung
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	Hamm, I. (2019). <i>Kauf-Instinkt</i> . Schaeffer-Poeschl. Kroeber-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2013). <i>Konsumentenverhalten</i> . Vahlen. Felser, G. (2007). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie</i> . Spektrum.

Pflichtmodul im 204220 Markt-, Konsumenten- und Medienpsychologie II					
Schwerpunkt MKM:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fach-semester: 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung mit seminaristischen Elementen			Prüfungsform: PL 204221 Klausur (60 Minuten) oder Studienarbeit; optional Übungsaufgaben (gem. Ankündigung der Dozent*innen), die zu 45 % auf die Note angerechnet werden können		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ingo Hamm					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Ingo Hamm, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO.					
Qualifikationsziele:					
<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind mit Kernthemen der Markt-, Medien- und Werbepsychologie und deren theoretischen Verankerungen, relevanten empirischen Befunden und Anwendungsfeldern vertraut. Sie kennen Forschungsmethoden der Markt-, Medien- und Werbepsychologie, Schnittstellen dieser mit anderen Fachdisziplinen und Teildisziplinen der Psychologie sowie Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Markt-, Medien- und Werbepsychologie.</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-, Medien- und Werbepsychologie auseinanderzusetzen sowie relevante Forschungs- und Anwendungsfragen (v.a. aus Wirtschaft und Gesellschaft) zu erkennen. Sie sind imstande, komplexe Forschungs- und Anwendungsfragen aus der Perspektive der Markt-, Medien- und Werbepsychologie 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-Medien-Beziehungen und deren Untersuchung ergeben.</p>					

Inhalte:	Medien- und Werbepsychologie <ul style="list-style-type: none">▪ Interpersonelle Kommunikation▪ Informationstheorie▪ Kommunikationsprozesse u. -bedingungen▪ Medienwahl, Mediennutzung, Medienerleben, Medienwirkung Markt-, Medien- & Werbeforschung <ul style="list-style-type: none">▪ Angewandte Forschungsmethoden▪ Experimentalverfahren▪ Stichprobenverfahren▪ Datenanalyse▪ Social Media Research, Markt-Media-Studien
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	Kroeber-Riel, W. & Esch, F.-R. (2011). <i>Strategie und Technik der Werbung</i> . Kohlhammer. Diekmann, A. (2007). <i>Empirische Sozialforschung</i> . Rowohlt. Mayer, H. & Illmann, T. (2000). <i>Markt- und Werbepsychologie</i> . Schäffer-Poeschel.

Pflichtmodul im Schwerpunkt MKM: 204230 Markt, Konsumenten und Medien: Wirtschaftliche Aspekte					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4 und 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: Marketing und Konsumverhalten nur im SoSe (4.FS) Wettbewerbs- u. Verbraucherökonomik nur im WiSe (5.FS)	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung 2 SWS/2,5 CP 204231 Marketing und Konsumverhalten Vorlesung 2 SWS/2,5 CP 204232 Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik			Prüfungsform: PL 204231 Klausur (90 Minuten) PL 204232 Klausur (90 Minuten) Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Ingo Hamm					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Ingo Hamm, Prof. Dr. Thomas Döring, Sandra Kleinke, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)			
Voraussetzungen:		Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO.			
Qualifikationsziele Marketing und Konsumverhalten:		<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Zielsetzung und Gestaltungsinstrumente des betrieblichen Marketings. Die Studierenden kennen zudem die Funktionsweise von Marktforschung sowie von der Planung, Kontrolle und Organisation von Marketingprozessen. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes betrieblicher Marketinginstrumente identifizieren. <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.			
Qualifikationsziele Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik:		<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><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>
<p>Inhalte Marketing und Konsumverhalten:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Darlegung von Zielsetzung und Bedeutung des betrieblichen Marketings im Unternehmen ▪ Erläuterung der verschiedenen Instrumente des betrieblichen Marketings (Produktpolitik, Entgeltpolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik) ▪ Kennenlernen der Grundlagen von Werbe- und Mediaplanung ▪ Funktion und Ausgestaltung von Marketingforschung, Marketingplanung,-kontrolle und -organisation
<p>Inhalte Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik:</p>	<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>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>---</p>
<p>Literatur Marketing und Konsumverhalten</p>	<p>Meffert, H., Burmann, C. & Kirchberg, M. (2012). <i>Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung</i> (11. Auflage) Gabler Verlag.</p>
<p>Literatur Wettbewerbs- und Verbraucherökonomik</p>	<p>Herdzina, K. (1999). <i>Wettbewerbspolitik</i> (5. Auflage). Stuttgart. Soloman, M., Bamossy, G., Askegaard, S. und Hogg, M. (2006). <i>Consumer Behaviour. A European Perspective</i> (3. Auflage). Essex.</p>

Pflichtmodul im Schwerpunkt MKM:		204240 Markt, Konsumenten und Medien: Ethische und rechtliche Aspekte			
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4 und 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: MKM-Ethische Aspekte nur im SoSe (4. FS) MKM-Rechtliche Aspekte nur im WiSe (5. WS)	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen 2 SWS 204241 MKM-Ethische Aspekte Vorlesung mit Übungen 2 SWS 204242 MKM-Rechtliche Aspekte			Prüfungsform: PL 204241 Studienarbeit/Mündliche Prüfung/Referat (PVL: Präsenzpflicht im Seminar) PL 204242 Klausur (90 Minuten), Studienarbeit oder Referat Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulverantwortung:		Prof. Dr. Ingo Hamm			
Lehrperson(en):		Dr. Bernd Wagner, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)			
Voraussetzungen:		Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO.			
Qualifikationsziele		<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sollen die ethischen Grundthemen und -herausforderungen der Schwerpunktthemen kennenlernen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage ethische Fragestellungen und Problemlagen adäquat zu identifizieren und zu reflektieren. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden erlernen ein methodisches Vorgehen und Kompetenzen im Hinblick auf eine praktische Anwendung im wirtschaftspsychologischen Kontext.			

<p>Qualifikationsziele</p> <p>MKM-Rechtliche Aspekte:</p>	<p><u>Kenntnisse:</u></p> <p>Die Studierenden sollen die rechtlichen Grundthemen und -herausforderungen der Schwerpunktthemen kennenlernen. Sie erhalten einen Einblick in aktuelle Diskussions-, Forschungs- und Anwendungslinien.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, 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. 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>
<p>Inhalte</p> <p>MKM-Ethische Aspekte:</p> <p>Inhalte</p> <p>MKM-Rechtliche Aspekte:</p>	<p>Markt und Moral</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ethische Aspekte und Herausforderungen der Marktwirtschaft ▪ Institutionen-Ethik ▪ Marktliberalismus und Kritik ▪ Wirtschaft und Gerechtigkeit ▪ Markt, Zivilgesellschaft und Sozialkapital <p>aktuelle Themen und Praxisbeispiele: z.B. Wirtschaft und Menschenrechte, Markt und Gemeingüter (Commons), Korruption</p> <p>Konsumenten-Ethik und Marketing-Ethik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konsum und Verantwortung ▪ nachhaltiger und ethischer Konsum ▪ Grundlagen und Differenzierungen der Marketing-Ethik <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Unterscheidungen der Medienethik ▪ Medien und Verantwortung ▪ Institutionen ▪ Spannungsfelder und Grenzbereiche ▪ Produzenten- und Rezipientenverantwortung ▪ gesellschaftliche Funktion von Medien <p>aktuelle Themen und Praxisbeispiele: z.B. Deutscher Pressekodex; Medien und Lobbyismus</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Markenrecht ▪ Urheberrecht ▪ Wettbewerbsrecht ▪ Medienrecht ▪ Datenschutz

Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur	Primäre Literatur
MKM-Ethische Aspekte:	<p>Funiok, R. (2011). <i>Medienethik</i>. Kohlhammer</p> <p>Heidbrink, L./Hirsch, A. (Hg.) (2008). <i>Verantwortung als marktwirtschaftliches Prinzip</i>. Campus.</p> <p>Heidbrink, L. u.a. (Hg.) (2011). <i>Die Verantwortung des Konsumenten</i>. Campus</p> <p>Stehr, N. (2007). <i>Die Moralisation der Märkte</i>. Suhrkamp</p> <p>Erweiterte Literatur</p> <p>Balderjahn, I. (2013). <i>Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten</i>. UTB</p> <p>Nida-Rümelin, J. (2011). <i>Die Optimierungsfalle – Philosophie einer humanen Ökonomie</i>. Irisiana.</p> <p>Sandel, M. (2012). <i>Was man für Geld nicht kaufen kann – Die moralischen Grenzen des Marktes</i>. Ullstein</p> <p>Suchanek, A. (2007). <i>Ökonomische Ethik</i>. UTB 7</p> <p>Schicha, Ch./Brosda, C. (Hg.) (2010). <i>Handbuch Medienethik</i>. VS Verlag für Sozialwissenschaften</p>
Literatur MKM-Rechtliche Aspekte:	<p>Berlit, W. (2014). <i>Wettbewerbsrecht</i>. (9. Auflage). C.H. Beck.</p> <p>Himmelsbach, G. (2014). <i>Wettbewerbsrecht</i> (4. Auflage). C.H. Beck.</p> <p>Hoeren, Th. (2002). <i>Grundzüge des Internetrechts</i> (2. Auflage). C.H. Beck.</p> <p>Greve, S./Wedde, P. (2014). <i>Social Media Guidelines</i> (1. Auflage). Bund-Verlag.</p> <p>Witt, B. (2014). <i>Datenschutz kompakt und verständlich</i> (3. Auflage). Vieweg und Teubner</p> <p>Tinnefeld, M.-T. /Buchner, B./Petri, Th. (2012). <i>Einführung in das Datenschutzrecht</i> (5. Auflage). Oldenbourg: Wissenschaftsverlag</p>

Pflichtmodul im 204310 Umweltpsychologie I					
Schwerpunkt UN:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung mit seminaristischen Elementen			Prüfungsform: PL 204311 Klausur (60 Minuten) oder Studienarbeit; optional Übungsaufgaben (gem. Ankündigung der Dozent*innen), die zu 45 % auf die Note angerechnet werden können		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Daniel Hanss					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Daniel Hanss, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreicher Abschluss der Module Empirisches Forschungspraktikum, Allg. Psych.: Denken und Entscheiden und Sozialpsychologie.					
Qualifikationsziele:					
<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind mit Kernthemen der Umweltpsychologie und deren theoretischen Verankerungen, einschlägigen empirischen Befunden und Anwendungsfeldern vertraut. Sie verfügen über Grundkenntnisse zu Forschungsparadigmen und Methoden der Umweltpsychologie. Darüber hinaus sind ihnen Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Umweltpsycholog*innen bekannt.					
<u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können sich umweltpsychologische Arbeiten erschließen und deren Inhalte gemäß den fachspezifischen Konventionen wiedergeben. Sie können die in diesem Modul behandelten umweltpsychologischen Erkenntnisse, Theorien und Methoden nutzen, um relevante Forschungs- und Anwendungsfragen zu analysieren.					
<u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den in diesem Modul behandelten umweltpsychologischen Themen, Methoden und Befunden auseinanderzusetzen sowie relevante Forschungs- und Anwendungsfragen zu erkennen. Sie sind außerdem imstande, Forschungs- und Anwendungsfragen aus umweltpsychologischer Perspektive zu analysieren und Ansätze zu deren Untersuchung und Lösung zu entwickeln.					
Inhalte:					
Kernthemen der Umweltpsychologie, z.B.					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geschichte und Gegenstandsbereich der Umweltpsychologie ▪ Umweltbezogene Wahrnehmung und Kognition ▪ Persönlicher Raum 					

- Territorialität
- Crowding
- Ortsbindung
- Wahrnehmung und Kommunikation von Umweltrisiken

Forschungsparadigmen und Methoden der Umweltpsychologie

Anwendungsfelder der Umweltpsychologie

Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Umweltpsychologen*innen

Verwendbarkeit des
Moduls: ---

Literatur: Helbrück, J., & Kals, E. (Hrsg.): *Umweltpsychologie. Basiswissen Psychologie*. Springer.
Gifford, R.: *Environmental Psychology: Principles and Practice*. Optimal Books.
Steg, L., van den Berg, A. E., & de Groot, J. I. M. (Hrsg.): *Environmental Psychology: An Introduction*. Wiley-Blackwell.

Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.

Pflichtmodul im 204320 Umweltpsychologie II					
Schwerpunkt UN:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Jedes Wintersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung mit seminaristischen Elementen			Prüfungsform: PL 204321 Klausur (60 Minuten) oder Studienarbeit; optional Übungsaufgaben (gem. Ankündigung der Dozent*innen), die zu 45 % auf die Note angerechnet werden können		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Daniel Hanss					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Daniel Hanss, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO. Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreicher Abschluss der Module Empirisches Forschungspraktikum, Allg. Psych.: Denken und Entscheiden, Sozialpsychologie und Umweltpsychologie I					
Qualifikationsziele:					
<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden erweitern ihre Kenntnisse zu Kernthemen der Umweltpsychologie und deren theoretische Verankerungen. Sie kennen einschlägige empirische Befunde und Anwendungsfelder der Umweltpsychologie und erweitern ihre Kenntnisse über gängige Forschungsparadigmen und Methoden. Darüber hinaus sind ihnen Tätigkeitsbereiche und Kernkompetenzen von Umweltpsycholog*innen bekannt.					
<u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können sich umweltpsychologische Arbeiten erschließen und deren Inhalte gemäß den fachspezifischen Konventionen wiedergeben. Sie können die in diesem Modul behandelten umweltpsychologischen Erkenntnisse, Theorien und Methoden nutzen, um relevante Forschungs- und Anwendungsfragen zu analysieren.					
<u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den in diesem Modul behandelten umweltpsychologischen Themen, Methoden und Befunden auseinanderzusetzen sowie relevante Forschungs- und Anwendungsfragen zu erkennen. Sie sind außerdem imstande, Forschungs- und Anwendungsfragen aus umweltpsychologischer Perspektive zu analysieren und Ansätze zu deren Untersuchung und Lösung zu entwickeln.					
Inhalte:					
Kernthemen der Umweltpsychologie, z.B.					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umweltbezogene Einstellungen Umweltrelevantes Handeln ▪ Umwelteinflüsse am Arbeitsplatz 					

	<ul style="list-style-type: none">▪ Umwelteinflüsse auf Wohlbefinden und Gesundheit Forschungsparadigmen und Methoden der Umweltpsychologie
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Helbrück, J., & Kals, E. (Hrsg.): <i>Umweltpsychologie. Basiswissen Psychologie</i>. Springer.</p> <p>Gifford, R.: <i>Environmental Psychology: Principles and Practice</i>. Optimal Books.</p> <p>Steg, L., van den Berg, A. E., & de Groot, J. I. M. (Hrsg.): <i>Environmental Psychology: An Introduction</i>. Wiley-Blackwell.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>

Pflichtmodul im 204330 Umwelt und Nachhaltigkeit: Wirtschaftliche Aspekte Schwerpunkt UN:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4 und 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement nur im WiSe (5.FS) Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik nur im SoSe (4. FS)	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Vorlesung mit seminaristischen Elementen 2 SWS/2,5 CP 204331 Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement Vorlesung 2 SWS/2,5 CP 204332 Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik			Prüfungsform: PL 204331 Klausur (90 Minuten) PL 204332 Klausur (90 Minuten) Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulverantwortung:		Prof. Dr. Daniel Hanss			
Lehrperson(en):		Prof. Dr. Thomas Döring, weitere Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)			
Voraussetzungen:		Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO.			
Qualifikationsziele Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement:		<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen Bedeutung, Perspektiven, Instrumente und Ziele eines umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensmanagements unter Berücksichtigung der CSR-Anforderungen. Die Studierenden kennen zudem Berichts- und Indikatorensysteme zur Messung und Dokumentation der Nachhaltigkeit von Unternehmensstrukturen und -prozessen sowie zur operativen Entscheidungsunterstützung.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können markt- und unternehmensbezogene Wertschöpfungsketten auf ihre Nachhaltigkeitswirkungen hin analysieren. Außerdem können die Studierenden auf Grundlage des Leitbilds einer nachhaltigen Entwicklung sowie der Corporate Social Responsibility Elemente von Unternehmensstrategien entwickeln.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind fähig, die Einsatzmöglichkeiten und Ergebnisse verschiedener Mess- und Gestaltungsinstrumente einer betrieblichen</p>			

<p>Qualifikationsziele Umwelt- und Nachhaltigkeits-ökonomik:</p>	<p>Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik problemorientiert zu bewerten. Die Studierenden sind zudem in der Lage, Konzepte für eine umwelt- und nachhaltigkeitsorientierte Unternehmensführung und deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln.</p> <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>
<p>Inhalte Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zielsetzung und Bedeutung eines umwelt- und nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmensmanagements aus Sicht der Corporate Social Responsibility (CSR) ▪ Analyse unternehmensinterner und marktbezogener Wertschöpfungsketten in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitswirkungen ▪ CSR-Berichts- und Indikatorensysteme zur betrieblichen Messung, Dokumentation und operativen Entscheidungsunterstützung bezüglich Unternehmensstrukturen, -prozessen und Handlungsoptionen ▪ Möglichkeiten zur Integration von Prinzipien und Prozessen nachhaltiger Entwicklung in die strategische und operative Unternehmensführung ▪ Instrumente einer betrieblichen Umwelt- und Nachhaltigkeitspolitik
<p>Inhalte Umwelt- und Nachhaltigkeits-ökonomik:</p>	<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

Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement:	<p>Schneider, A., Schmidpeter, R. (2015). <i>Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis</i> (2. Auflage). Berlin/Heidelberg.</p> <p>Heinze J. (2014). <i>Stakeholder-Management und Nachhaltigkeitsreporting</i>. Berlin/Heidelberg.</p> <p>Wagner, R., Lahme, G., Breitbarth, T. (2014). <i>CSR und Social Media – Unternehmerische Verantwortung in sozialen Medien wirkungsvoll vermitteln</i>. Berlin, Heidelberg.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben</p>
Literatur Umwelt- und Nachhaltigkeitsökonomik:	<p>Hussen, A. (2018). <i>Principles of Environmental Economics and Sustainability – An Integrated Economic and Ecological Approach</i> (4. Auflage). London.</p> <p>Fees, E., Seeliger, A. (2013). <i>Umweltökonomie und Umweltpolitik</i> (4. Auflage). München.</p> <p>Endres, A. (2013). <i>Umweltökonomie</i> (4. Auflage). Stuttgart.</p> <p>Rogall, H. (2012). <i>Nachhaltige Ökonomie: Ökonomische Theorie und Praxis einer Nachhaltigen Entwicklung</i>. Marburg.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben</p>

Pflichtmodul im 204340 Umwelt und Nachhaltigkeit: Ethische und rechtliche Aspekte					
Schwerpunkt UN:					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fach-semester: 4 und 5	CP: 5	Aufwand: 4 SWS 150 h (Kontaktzeit: 60 h, Selbststudium: 90 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik nur im SoSe (4. FS) Rechtl. Aspekte von UN nur im WiSe (5. WS)	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminaristische Lehrveranstaltung mit Vorlesungselementen 2 SWS 204341 Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik Vorlesung mit Übungen 2 SWS 204342 Rechtliche Aspekte von UN			Prüfungsform: PL 204341 Studienarbeit/Mündliche Prüfung/ Referat (PVL: Präsenzpflicht im Seminar) PL 204342 Klausur (90 Minuten), Studienarbeit oder Referat Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Daniel Hanss					
Lehrperson(en): Dr. Bernd Wagner, Prof. Dr. Anja Hentschel, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO.					
Qualifikationsziele Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik:		<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. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden besitzen die kognitiven und praktischen Fertigkeiten, die o.g. Konzepte zur Analyse von ethischen Problemlagen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit anzuwenden. <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>Qualifikationsziele Rechtliche Aspekte von UN:</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die zentralen rechtlichen Vorgaben zu Umwelt und Nachhaltigkeit einschließlich der entsprechenden Regelwerke mit den darin verankerten Instrumenten. Darüber hinaus sind die Studierenden mit aktuellen Entwicklungstendenzen und Anwendungsproblemen vertraut.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Konfliktsituationen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit anhand der rechtlichen Vorgaben einordnen und aus juristischer Perspektive analysieren. Sie können Strategien zur Bewältigung von Konfliktsituationen entwickeln und hierbei juristische, kommunikative und organisatorische Elemente einbeziehen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, erworbenes Wissen und methodische Fertigkeiten auf Anwendungsprobleme, zum Beispiel in Wirtschaftsunternehmen, zu transferieren. Sie sind in der Lage, Implikationen umweltrechtlicher Vorgaben für die strategische und operative Unternehmensführung abzuleiten.</p>
<p>Inhalte Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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
<p>Inhalte Rechtliche Aspekte von UN:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bundesdeutsches Umweltrecht mit seinen europarechtlichen und internationalen Bezügen ▪ Grundzüge im Produkt- und Verbraucherschutzrecht ▪ Aktuelle Entwicklungstendenzen und Anwendungsbeispiele
<p>Verwendbarkeit des Moduls:</p>	<p>---</p>
<p>Literatur Umwelt- und Nachhaltigkeitsethik:</p>	<p>Grunwald, Armin/ J. Kopfmüller: <i>Nachhaltigkeit</i>. Campus 2012. Ott, Konrad: <i>Umweltethik. Zur Einführung</i>. Junius 2014.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.</p>
<p>Literatur Rechtliche Aspekte von UN:</p>	<p>Erbguth/Schlacke. (2014). <i>Umweltrecht</i>. Baden-Baden. Storm. (2015). <i>Umweltrecht</i>. Berlin. Rengeling, H.-W. (Hrsg.) (2003). <i>Handbuch des Europäischen und Deutschen Umweltrechts (EUDUR)</i>. Köln.</p>

Hansmann, Kl./Sellner, D./Rehbinder, E. (2012). *Grundzüge des Umweltrechts*. Berlin.

Führ, M. (2011). *Praxishandbuch REACH*. Köln.

Führ, M., *Technikrecht und Standardisierung*, in: Wegener (Hrsg.), *Enzyklopädie Europarecht [EnzEuR]*, Band 8, Europäische Querschnittspolitiken, § 4, BadenBaden 2014.

Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.

Pflichtmodul: 204410 Wirtschaftspsychologisches Projekt I					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4 und 5	CP: 10	Aufwand: 4 SWS 300 h (Kontaktzeit: 120 h, Selbststudium: 180 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: Start jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminar 1 SWS Projekt 3 SWS			Prüfungsform: PL 204411 Erstellung Projektarbeit - Prozess PL 204412 Erstellung Projektarbeit - Ergebnis Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulbeauftragte	Prof. Dr. Daniela Lohaus, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Ingo Hamm				
Lehrperson(en):	Prof. Dr. Daniela Lohaus, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Ingo Hamm, weitere Lehrende aus dem Studienbereich				
Studiengangsniveau und Niveaustufe:	Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)				
Voraussetzungen:	Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreicher Abschluss des empirischen Forschungspraktikums.				
Qualifikationsziele:	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie wirtschaftspsychologische Forschungs- /Praxisprojekte geplant und durchgeführt werden. Dies umfasst Grundlagen des Forschungs- und Projektmanagements und ggf. die praktische Anwendung in der Zusammenarbeit mit Institutionen und Unternehmen. Sie kennen aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen in Forschungs- und Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie. Ihnen sind Ansätze zur Untersuchung und Lösung dieser Fragestellungen bekannt.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können relevante empirische Erkenntnisse, Theorien und/oder Methoden identifizieren und sich weiterführende Informationen eigenständig erschließen. Sie können das Wissen zur Untersuchung und Lösung der projektspezifischen Fragestellungen anwenden. Hierfür können die Studierenden eine Projektaufgabe angemessen zeitlich und inhaltlich strukturieren sowie praktisch umsetzen, den Projektfortschritt evaluieren und dokumentieren. Die Studierenden haben Fertigkeiten in der Erstellung projektrelevanter Dokumente (Zeitplan, Angebot, Projektbericht) erworben und Erfahrungen im fachlichen Austausch mit Fachvertretern und Laien gewonnen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden haben ein wirtschaftspsychologisches Praxis- oder Forschungsprojekt durchgeführt. Sie haben quantitative und/oder empirische Methoden zur Lösung der gegebenen Problemstellung angewendet. Die Studierenden sind in der Lage, Implikationen von Forschungsergebnissen für Anwendungsfelder abzuleiten und Ideen für deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln. Das Projekt fördert die Kompetenz, Kenntnisse und Fertigkeiten in andere Kontexte, etwa neue Projektsituationen, zu übertragen. Des Weiteren haben die Studierenden ihre Kommunikations- fähigkeit und ihre Kompetenzen, im Team zu arbeiten, ausgebaut.</p>				

	Sie haben spezifische Erfahrungen gewonnen, die sie für die Anforderungen der Berufspraxis vorbereiten und eine inhaltliche Orientierung für eine Abschlussarbeit bieten können.
Inhalte:	<p>Die Studierenden bearbeiten in Gruppen ein wirtschaftspsychologisches empirisches Projekt für einen Auftraggeber (z.B. Wirtschaftsunternehmen, Forschungsinstitute oder Hochschulen). Die Projekte werden durch Lehrpersonal der Hochschule akquiriert bzw. bereitgestellt. Aufgabe der Studierenden ist die eigenständige Organisation und Bearbeitung der Projektaufgabe durch Auswahl und Anwendung geeigneter sozialwissenschaftlich-empirischer Methoden. Dabei werden sie von betreuenden Dozent/innen angeleitet.</p> <p>Beispiele für Projektthemen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzeption einer Werbekampagne zur Imageverbesserung einer Nicht-RegierungsOrganisation (NGO) ▪ Durchführung einer Internet-Umfrage zu Einkaufsgewohnheiten ▪ Durchführung einer Face-to-Face-Befragung mit Verbrauchern zu einer Produktzufriedenheit ▪ Konsumenten-Workshop zur Namensfindung einer Produktinnovation ▪ Entwicklung und/oder Evaluation einer Maßnahme zur Förderung von nachhaltigem Handeln ▪ Untersuchung der Wahrnehmung von Umweltrisiken oder -stressoren in der Öffentlichkeit ▪ Untersuchung der Verbraucherwahrnehmung von Produktlabels (z.B. Umweltsiegel) ▪ Konzeption/Durchführung/Auswertung von Mitarbeiterbefragungen ▪ Entwicklung/Optimierung/Evaluierung von Personalauswahlverfahren ▪ Entwicklung eines Hochschulmarketingkonzepts ▪ Untersuchung von Stresserleben im Beruf
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	Wird jeweils in Abhängigkeit vom konkreten Projektinhalt definiert und während der Veranstaltung vorgeschlagen.

Pflichtmodul: 204420 Wirtschaftspsychologisches Projekt II					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 4 und 5	CP: 10	Aufwand: 4 SWS 300 h (Kontaktzeit: 120 h, Selbststudium: 180 h)	Dauer: 2 Semester	Häufigkeit: Start jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Seminar 1 SWS Projekt 3 SWS			Prüfungsform: PL 204421 Erstellung Projektarbeit - Prozess PL 204422 Erstellung Projektarbeit - Ergebnis Gewichtung im Modul: Beide PL je 50 %		
Modulverantwortung: Prof. Dr. Daniela Lohaus, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Ingo Hamm					
Lehrperson(en): Prof. Dr. Daniela Lohaus, Prof. Dr. Daniel Hanss, Prof. Dr. Ingo Hamm, weitere Lehrende aus dem Studienbereich					
Studiengangsniveau und Niveaustufe: Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)					
Voraussetzungen: Erfolgreicher Abschluss der Module der ersten Semester laut BBPO Empfohlene Voraussetzung: Erfolgreicher Abschluss des empirischen Forschungspraktikums					
Qualifikationsziele:					
<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden wissen, wie wirtschaftspsychologische Forschungs-/Praxisprojekte geplant und durchgeführt werden. Dies umfasst Grundlagen des Forschungs- und Projektmanagements und ggf. die praktische Anwendung in der Zusammenarbeit mit Institutionen und Unternehmen. Sie kennen aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen in Forschungs- und Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie. Ihnen sind Ansätze zur Untersuchung und Lösung dieser Fragestellungen bekannt.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können relevante empirische Erkenntnisse, Theorien und/oder Methoden identifizieren und sich weiterführende Informationen eigenständig erschließen. Sie können das Wissen zur Untersuchung und Lösung der projektspezifischen Fragestellungen anwenden. Hierfür können die Studierenden eine Projektaufgabe angemessen zeitlich und inhaltlich strukturieren sowie praktisch umsetzen, den Projektfortschritt evaluieren und dokumentieren. Die Studierenden haben Fertigkeiten in der Erstellung projektrelevanter Dokumente (Zeitplan, Angebot, Projektbericht) erworben und Erfahrungen im fachlichen Austausch mit Fachvertretern und Laien gewonnen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden haben ein wirtschaftspsychologisches Praxis- oder Forschungsprojekt durchgeführt. Sie haben quantitative und/oder empirische Methoden zur Lösung der gegebenen Problemstellung angewendet. Die Studierenden sind in der Lage, Implikationen von Forschungsergebnissen für Anwendungsfelder abzuleiten und Ideen für deren Umsetzung in der Praxis zu entwickeln. Das Projekt fördert die Kompetenz, Kenntnisse und Fertigkeiten in andere Kontexte, etwa neue Projektsituationen, zu übertragen. Des Weiteren haben die Studierenden ihre Kommunikationsfähigkeit und ihre Kompetenzen, im Team zu arbeiten, ausgebaut.</p>					

	Sie haben spezifische Erfahrungen gewonnen, die sie für die Anforderungen der Berufspraxis vorbereiten und eine inhaltliche Orientierung für eine Abschlussarbeit bieten können.
Inhalte:	<p>Die Studierenden bearbeiten in Gruppen ein wirtschaftspsychologisches empirisches Projekt für einen Auftraggeber (z.B. Wirtschaftsunternehmen, Forschungsinstitute oder Hochschulen). Die Projekte werden durch Lehrpersonal der Hochschule akquiriert bzw. bereitgestellt. Aufgabe der Studierenden ist die eigenständige Organisation und Bearbeitung der Projektaufgabe durch Auswahl und Anwendung geeigneter sozialwissenschaftlich-empirischer Methoden. Dabei werden sie von betreuenden Dozent/innen angeleitet.</p> <p>Beispiele für Projektthemen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzeption einer Werbekampagne zur Imageverbesserung einer Nicht-RegierungsOrganisation (NGO) ▪ Durchführung einer Internet-Umfrage zu Einkaufsgewohnheiten ▪ Durchführung einer Face-to-Face-Befragung mit Verbrauchern zu einer Produktzufriedenheit ▪ Konsumenten-Workshop zur Namensfindung einer Produktinnovation ▪ Entwicklung und/oder Evaluation einer Maßnahme zur Förderung von nachhaltigem Handeln ▪ Untersuchung der Wahrnehmung von Umweltrisiken oder -stressoren in der Öffentlichkeit ▪ Untersuchung der Verbraucherwahrnehmung von Produktlabels (z.B. Umweltsiegel) ▪ Konzeption/Durchführung/Auswertung von Mitarbeiterbefragungen ▪ Entwicklung/Optimierung/Evaluierung von Personalauswahlverfahren ▪ Entwicklung eines Hochschulmarketingkonzepts ▪ Untersuchung von Stresserleben im Beruf
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	Wird jeweils in Abhängigkeit vom konkreten Projektinhalt definiert und während der Veranstaltung vorgeschlagen.

Pflichtmodul: 206100 Praxismodul					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 6	CP: 15	Aufwand: 360 Stunden Praxisphase 2 SWS (Begleitseminar) Kontaktzeit 18 h, Selbststudium: 72 h)	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit: Start jedes Sommersemester	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Praxiserfahrung Begleitseminar 2 SWS			Prüfungsform: unbenotet Teilnahme im Begleitseminar inkl. Erstellung eines Posters für die Abschluss-Postersession (unbenotet)		
Modulverantwortung:		Praxisbeauftragte/r			
Lehrperson(en):		Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Advanced level course (Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz)			
Voraussetzungen:		<p>Alle Module des 1. bis 3. Semesters sind erfolgreich mit Leistungsnachweis abgeschlossen. (Ausnahme: Ableistung aller Versuchspersonenstunden) Die Voraussetzungen der BBPO und der Praxisordnung (Anlage 4) sind erfüllt.</p> <p>Empfohlene Voraussetzung: Alle Module des 1. bis 5. Semesters sind vor Beginn des Praxismoduls abgeschlossen.</p>			
Qualifikationsziele:		<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. 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. Die Studierenden sind in der Lage, die im Studium erworbenen Kenntnisse in der Praxis umzusetzen. Sie sind in der Lage, den sachlichen und sozialen Anforderungen der beruflichen Praxis zu genügen.</p>			
Inhalte:		Die Praxisphase findet in Form eines begleiteten Praktikums außerhalb der Hochschule in einem geeigneten Betrieb oder einer geeigneten Einrichtung statt. Sie dauert mindestens zwölf Wochen.			

	Das Begleitseminar bereitet die Praxisphase vor und nach und dient zudem der Reflexion und Aufarbeitung der Erfahrungen.
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	Literatur wird in der Begleitveranstaltung bekanntgegeben

Pflichtmodul: 206200 Bachelormodul					
Studiengang: Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie B.Sc.					
Fachsemester: 6	CP: 15	Aufwand: 450 h (Kontaktzeit: 45 h, Selbststudium: 405 h)	Dauer: 1 Semester. (Maximale Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit 12 Wochen)	Häufigkeit: Mindestens jährlich (jeweils im SoSe) ggf. auch Angebot im WiSe möglich	Sprache: Deutsch und/oder Englisch
Lehrform: Abschlussarbeit Begleitseminar 3 SWS			Prüfungsform: PL 206201 Bachelorarbeit (12 Wochen) PL 206202 Kolloquium (30-45 Minuten davon 10-15 Minuten mündliche Präsentation der Arbeit) Nachweis von 30 Versuchspersonenstunden		
Modulverantwortung:		Studiengangsleitung			
Lehrperson(en):		Lehrende aus dem Studienbereich			
Studiengangsniveau und Niveaustufe:		Bachelorniveau/Specialized level course (Modul zum Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet)			
Voraussetzungen:		<p>Zulassung zum Bachelormodul durch den Prüfungsausschuss auf schriftlichen Antrag bei Vorliegen folgender Voraussetzungen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alle Module des 1. bis 3. Semesters sind erfolgreich abgeschlossen 2. Aus den Studienschwerpunkten sind Module im Umfang von mindestens 40 CP erfolgreich abgeschlossen. 3. Die im Rahmen des Praxismoduls vorgesehene Praxiszeit muss nachgewiesen werden. <p>Zum Kolloquium wird nur zugelassen, wer alle Module mit Ausnahme des Bachelormoduls erfolgreich bestanden hat.</p> <p>Empfohlene Voraussetzung: Alle Module des 1. bis 5. Semesters sind bereits vor Beginn des Bachelormoduls erfolgreich abgeschlossen</p>			
Qualifikationsziele:		<p>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.</p> <p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens im Bereich Wirtschaftspsychologie und besitzen vertiefte Kenntnisse in einem spezifischen Themengebiet der Wirtschaftspsychologie.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können wirtschaftspsychologische Fragestellungen selbständig mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten.</p>			

	<p><u>Kompetenzen:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten in einer einschlägigen theoretischen oder empirischen Arbeit selbstständig anzuwenden.</p>
Inhalte:	<p>Anfertigung der Bachelorarbeit in deutscher oder englischer Sprache, inklusive einer deutschen <u>und</u> einer englischen Zusammenfassung.</p> <p>Aktive Teilnahme am Begleitseminar zur Bachelorarbeit, inklusive einer Präsentation des Zwischenstandes der eigenen Arbeit.</p> <p>Kolloquium zur Bachelorarbeit.</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	---
Literatur:	<p>Die Literatur richtet sich nach dem gewählten Thema der Bachelorarbeit und wird individuell zwischen Studierenden und Betreuungspersonen abgestimmt.</p>