

MODULHANDBUCH

BACHELORSTUDIENGANG

INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

ABSCHLUSS: BACHELOR OF SCIENCE

Gültigkeitszeitraum: 1. April 2019 bis 31. März 2020

Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 28.08.2015

Inhalt

Grundlagen Psychologie I.....	3
Methoden I.....	5
BWL I und IWK I.....	7
Soft Skills I.....	9
Grundlagen Psychologie II.....	13
Methoden II.....	15
BWL II und III.....	17
Soft Skills II.....	19
Angewandte Psychologie I	22
Methoden III.....	24
VWL und IWK II.....	26
Soft Skills III.....	28
Angewandte Psychologie II	30
Methoden IV	33
VWL II und Recht	35
Soft Skills IV	37
Auslands- oder Praxissemester.....	39
Angewandte Psychologie III	41
Projektarbeit	43
Wahlpflichtmodul I	45
Wahlpflichtmodul II – Einführung Quantitative Methoden	48
Interkulturelles Personalmanagement	50
Bachelorarbeit	51
Wahlpflichtmodul III	53
Wahlpflichtmodul IV – Vertiefung Psychologische Diagnostik.....	55
Interkulturelles Marketing.....	57

Modulbezeichnung	Grundlagen Psychologie I
Modulkürzel	IWP-B-1-1.01
Modulverantwortlicher	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	9	Workload gesamt	270 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	210 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester/Jedes WS/1 Semester
--	---------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können kognitive Phänomene der Handlungssteuerung inklusive ihrer interkulturellen Besonderheiten wiedergeben und erklären, indem sie sich Vorlesungsinhalte und vertiefende englischsprachige Studien anhand von Originalliteratur selbst erarbeiten. Dies dient als Grundlage für ein vertieftes Verständnis wirtschaftspsychologischer Ansatzpunkte im weiteren Studium und im jeweiligen Berufsfeld.</p> <p>Die Studierenden können Begriffe, Theorien, Konzepte und Forschungsmethoden der Sozialpsychologie fachgerecht zur Beschreibung menschlichen Denkens, Fühlens und Verhaltens in sozialen Situationen nutzen und dieses Wissen und diese Kompetenzen zur Lösung berufspraktischer Probleme anwenden, indem sie geeignete sozialpsychologische Modelle und Methoden heranziehen.</p>
Inhalte	<p>Die Vorlesung 'Grundlagen Allgemeine Psychologie I' führt in die wichtigsten Basiskonzepte einer kognitionspsychologischen und neurowissenschaftlichen Erklärung der kognitiven Aspekte der Handlungssteuerung ein. Behandelt werden insbesondere die Grundlagen von Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Gedächtnis, Sprache und Denken.</p> <p>Die Vorlesung 'Introduction to Social Psychology' führt in die Schlüsselbegriffe, Arbeitsweisen und Fragestellungen der Sozialpsychologie ein. Klassische und aktuelle Theorien, sowie wichtige empirische Befunde auch der kulturvergleichenden Forschung und deren wissenschaftstheoretische Grundlagen werden vermittelt.</p>
Lehrformen	<p>Vorlesung Grundlagen Allgemeine Psychologie I – 2 SWS Vorlesung Introduction to Social Psychology – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	<p>Die Vorlesung 'Grundlagen Allgemeine Psychologie I' vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen.</p> <p>Die Vorlesung 'Introduction to Social Psychology' vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen und ermöglicht den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung.</p>

Prüfungsformen	Klausur (120 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	4,5/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Sperring, M., & Schmidt, T. (2012). Allgemeine Psychologie 1 KOMPAKT. Weinheim: Beltz. Hogg, M., & Vaughan, G. (2014). Social Psychology (7th Edition). Harlow: Pearson Education. Jonas, K., Stroebe, W., & Hewstone, M. (2014). Sozialpsychologie (6. Aufl.). Heidelberg: Springer. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Methoden I
Modulkürzel	IWP-B-1-1.02
Modulverantwortlicher	Sebastian Fischer

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können den Einsatz von Forschungsmethoden im Rahmen eines eigenen Forschungsprojekts nachvollziehen, das sie selbst planen, durchführen und auswerten und die Ergebnisse in einer wissenschaftlichen Arbeit verschriftlichen und präsentieren, um später selbstständig wissenschaftlich arbeiten zu können.
Inhalte	Die Vorlesung liefert eine Einführung in das Spektrum psychologischer Forschungsmethoden mit ihren wissenschaftstheoretischen Implikationen und in ihren ideengeschichtlichen Zusammenhängen. Es werden theoretische Grundlagen vermittelt, um begleitet durch ein Tutorium eine wissenschaftliche Untersuchung zu konzipieren, durchzuführen, auszuwerten und angemessen interpretieren zu können.
Lehrformen	Vorlesung 'Einführung in die Forschungsmethoden' – 2 SWS Tutorium Einführung in die Forschungsmethoden – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung verbindet grundlegende wissenschaftliche und methodische Kompetenzentwicklung, die in einer durch ein Tutorium begleitete Hausarbeit verschriftlicht wird.
Prüfungsformen	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Hussy, W., & Schreier, M. (2013). Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften

Modulbeschreibung

	für Bachelor. Berlin u.a.: Springer. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.
--	--

Modulbezeichnung	BWL I und IWK I
Modulkürzel	IWP-B-1-1.03
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester / Jedes WS/ 1 Semester
--	------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die deutschen und englischen Grundbegriffe der BWL und die Funktionsweisen von Unternehmen erklären, indem sie die vorgestellten Konzepte an konkreten Beispielen aus der Unternehmenswelt anwenden, um später in ihrem jeweiligen Berufsfeld unternehmerische und strategische Entscheidungen verstehen zu können.
Inhalte	Inhalte der Vorlesung 'Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre' sind die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, insbesondere die Funktionen des Unternehmens, Rechtsformen und mikroökonomische Ansätze. Im Seminar 'Foundations of Strategic Management' werden die grundlegenden Modelle des Strategischen Managements, die insbes. im angelsächsisch geprägten Raum Verwendung finden, vorgestellt (Five Forces; PESTEL; Strategic Clock etc.) und an Beispielen erläutert. Besonderer Wert wird darauf gelegt, das Unternehmen als einen in sein soziales und kulturelles Umfeld eingebetteten Akteur zu verstehen.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre - 2 SWS Seminar Foundations of Strategic Management - 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Die Vorlesung vermittelt grundlegendes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/ Wirtschaftspsychologinnen, das in dem begleitenden Seminar angewendet wird. Außerdem erwerben die Studierenden überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das englischsprachige Seminar.
Prüfungsformen	Klausur (60 Minuten) (English)
Teilnahmeempfehlungen	Teilnahme an den vorbereitenden Kursen der Hochschule
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Nein
Bibliographie/Literatur	Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2015). Strategisches Management - Eine Einführung (10. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson. Straub, T. (2011). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Hallbergmoos: Pearson. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Soft Skills I
Modulkürzel	IWP-B-1-1.04
Modulverantwortlicher	Johanna Moebus

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150 Stunden
SWS	2	Präsenzzeit	30 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	120 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	1. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden erwerben Steuerungskompetenzen, die für die erfolgreiche Bewältigung des Studiums, des Praxis- bzw. Auslandssemesters und des Berufsalltags von Bedeutung sind.</p> <p>Sie erlangen ein Grundverständnis von wichtigen sozio-psychologischen und praktischen Elementen der Teamarbeit und üben die praktische Umsetzung von Methoden der Teamarbeit und -steuerung (z.B. Moderation, Feedback, Konfliktlösung). Darüber hinaus erlangen Sie ein Grundverständnis interkultureller Unterschiede und kulturspezifischer Kommunikation und erlernen praktische Strategien zur Bewältigung kulturbedingter Konflikte.</p> <p>Die Studierenden verbessern ihre englische oder spanische Sprachkompetenz mit Schwerpunkt auf den Sprachgebrauch im Berufsalltag.</p>
Inhalte	<p>Lehrveranstaltung 1: Teamarbeit und interkulturelle Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teamarbeit in Theorie und Praxis • Kommunikation im Team • Konfliktmanagement im Team • Interkulturelle Unterschiede/Kulturdimensionen • Kommunikation im interkulturellen Kontext in Theorie und Praxis • Bewältigung kulturbedingter Konflikte <p>Lehrveranstaltung 2a: Englisch I</p> <ul style="list-style-type: none"> • easily confused words, avoiding Germanisms, slips and goof-ups • collocations; word formation; idioms; • style, tone, register; • BE vs. AE English, selected grammar phenomena; • authentic materials referring to business situations and business topics • analysing statistics, charts, graphs and tables • giving a presentation • writing: letter, email, application, CV/résumé;

	<ul style="list-style-type: none"> • making visual aids, presenting results (i.e. powerpoint-presentations) • giving a speech • taking part in an interview • having a discussion/having a debate • writing: letter, email, application, CV/résumé; • mediation of written and oral texts • socializing, stages of conversation: meeting and greeting; making small talk: get talking, keep talking; talking about sensitive issues and negatives; making requests and polite complaints • making telephone call • getting a job • business trips • projects, teamwork public relations, human resources, sales • eating in and out • cultural awareness. <p>Lehrveranstaltung 2b: Spanisch I Anfänger/innen (Stufe A)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in grundlegenden Wortschatz und Satzbausteine • Produktion und Rezeption einfacher Texte und Dialoge aus dem Alltag • Einfacher Ausdruck in Wort und Schrift • Konkrete Bedürfnisse formulieren • Mengen und Preise • Eigenauskunft • Fortgeschrittene (Stufe B) • Weiterführende grammatikalische Konzepte • Mündliche und schriftliche Kommunikation mit zeitlichen Bezügen in die Vergangenheit und die Zukunft • Kommunikation in erweiterten und komplexeren Alltagssituationen • Reisevorbereitungen und Kommunikation auf Reisen • Einfache geschäftliche Situationen im kulturellen Kontext <p>Die Studierenden besuchen entweder die Lehrveranstaltung 2a Englisch I oder 2b Spanisch I Für die Lehrveranstaltung 'Spanisch' ist eine Aufteilung in Anfänger/innen und Fortgeschrittene geplant.</p>
Lehrformen	Vorlesung Teamarbeit und interkulturelle Kompetenz - 1 SWS Übung Teamarbeit und interkulturelle Kompetenz - 1 SWS Seminar Englisch I / Spanisch I - 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Vorlesung, Übungen, Heimarbeit, Gruppenarbeit
Prüfungsformen	Modulklausur
Teilnahmeempfehlungen	keine

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5 ECTS/halbe Gewichtung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Bibliographie/Literatur	<p>Lehrveranstaltung 1: Teamarbeit und interkulturelle Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rainer Niemeyer, 'Teams führen', 1. Auflage, 2012, Haufe-Lexware, ISBN: 978-3648024553 • Swetlana Franken, 'Verhaltensorientierte Führung - Handeln, Lernen und Diversity in Unternehmen', 3., überarb. u. erw. Aufl. 2010, Gabler Verlag; ISBN: 978-3834922328 • Astrid Ertl/Marion Gymnich, 'Interkulturelle Kompetenzen - Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen', Klett Lerntraining Uniwissen, 2007, ISBN: 978-3129400050 • Michael Schugk, 'Interkulturelle Kommunikation - Kulturbedingte Unterschiede in Verkauf und Werbung', Verlag Vahlen, 2004, ISBN: 978-3800631032 <p>Lehrveranstaltung 2a: Englisch I</p> <p>Eine ausgewählte Literaturliste wird zu Beginn der Lehrveranstaltung ausgehändigt. Eine Auswahl möglicher Literatur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Business-English: Ashdown, S. et al.: Business English for Beginners. Berlin 2011 (Cornelsen). - Ashford, S. & T.: Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Stuttgart 2010 (Klett). Carleton-Gertsch, L.: Business words in context. Stuttgart 2013 (Klett). 2. English (general): Murphy, R.: English Grammar in Use with Answers and CD-ROM: A Self-study Reference and Practice Book for Intermediate Learners of English. Cambridge 42012 (Cambridge University Press). - Littger, P.: The devil lies in the detail. Köln 2015 (Kiepenheuer & Witsch). - Dretzke, B.; Nester, M.: False Friends: A Short Dictionary. Stuttgart 2009 (Reclam). - English Conversation: Dialogbeispiele, Mustersätze und landeskundliche Informationen. München 2013 (Compact Verl). - Kreisel, U.; Tabbert, P.: Flüssiges Englisch: Mit Redensarten zu mehr Eloquenz. Reinbek 2010 (rororo). - Williams, E.: Presentations in English. München 2008 (Hueber). 3. (Cross)-Cultural Studies: Fox, K.: Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. London 2014 (Hodder and Stoughton Ltd.). - Norbury, P.: Britain - Culture Smart!: The Essential Guide to Customs & Culture. London 2010 (Kuperard). - Teague, G.; Beechey, A.: USA - Culture Smart!: The Essential Guide to Customs & Culture. London 2013 (Kuperard). - Flippo, H.: When in Germany, do as the Germans do. The Clued-in Guide to German Life, Language, and Culture. New York 2002 (Mc Graw-Hill). <p>Eine umfangreichere Literaturliste wird zu Beginn der Übung ausgehändigt. Auswahl:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Business-English: Ashdown, S. et al.: Business English for Beginners. Berlin 2011 (Cornelsen). - Ashford, S. & T.: Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Stuttgart 2010 (Klett). Carleton-Gertsch, L.: Business words in context. Stuttgart 2013 (Klett). 2. English (general): Murphy, R.: English Grammar in Use with Answers and CD-ROM: A Self-study Reference and Practice Book for

	<p>Intermediate Learners of English. Cambridge 42012 (Cambridge University Press). - Littger, P.: The devil lies in the detail. Köln 2015 (Kiepenheuer & Witsch). - Dretzke, B.; Nester, M.: False Friends: A Short Dictionary. Stuttgart 2009 (Reclam). - English Conversation: Dialogbeispiele, Mustersätze und landeskundliche Informationen. München 2013 (Compact Verl). - Kreisel, U.; Tabbert, P.: Flüssiges Englisch: Mit Redensarten zu mehr Eloquenz. Reinbek 2010 (rororo). - Williams, E.: Presentations in English. München 2008 (Hueber).</p> <p>3. (Cross)-Cultural Studies: Fox, K.: Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. London 2014 (Hodder and Stoughton Ltd.). - Norbury, P.: Britain - Culture Smart!: The Essential Guide to Customs & Culture. London 2010 (Kuperard). - Teague, G.; Beechey, A.: USA - Culture Smart!: The Essential Guide to Customs & Culture. London 2013 (Kuperard). - Flippo, H.: When in Germany, do as the Germans do. The Clued-in Guide to German Life, Language, and Culture. New York 2002 (Mc Graw-Hill).</p> <p>Lehrveranstaltung 2b: Spanisch I Die Literaturliste für die Einsteiger/innen und Fortgeschrittene wird zu Beginn der Lehrveranstaltungen bekannt gegeben.</p>
--	--

Modulbezeichnung	Grundlagen Psychologie II		
Modulkürzel	IWP-B-1-2.01		
Modulverantwortlicher	Sebastian Fischer		
ECTS-Punkte	9	Workload gesamt	270 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	210 Stunden
Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester/ jedes SS/ 1 Semester		
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können die psychische Entwicklung im Varianzbereich des Normalen wiedergeben und grundlegende abweichende und pathologische Entwicklungsverläufe beschreiben sowie multikulturelle und kulturvergleichende Befunde zu einzelnen Themen wiedergeben.</p> <p>Zudem sind sie in der Lage, selbstständig empirische Forschungsliteratur im Bereich normaler und pathologischer Entwicklung zu rezipieren und im Kontext wissenschaftlicher Entwicklungspsychologie einzuordnen.</p> <p>Die Studierenden können grundlegende Konzepte der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie wiedergeben und in Grundzügen anwenden, in dem sie sich wissenschaftliche Texte und Tests erarbeiten, um später in der Lage zu sein, standardisierte psychometrische Messinstrumente anwenden und bewerten zu können.</p>		
Inhalte	<p>Die Vorlesung 'Grundlagen Entwicklungspsychologie' gibt eine Einführung in begriffliche und methodische Grundlagen der Entwicklungspsychologie, Theorien der kognitiven und der sozialen Entwicklung sowie ausgewählte Forschungsbefunde und Bezüge zur Anwendungspraxis.</p> <p>Die Vorlesung 'Grundlagen Differentielle und Persönlichkeitspsychologie' stellt die wichtigsten Persönlichkeitstheorien, empirischen Befunde und anthropologischen sowie erkenntnis- und wissenschaftstheoretischen Grundlagen vor. Es werden Dimensionen interindividueller Persönlichkeitsunterschiede besprochen sowie Persönlichkeitsunterschiede im kognitiven, emotionalen und sozialen Bereich.</p>		
Lehrformen	<p>Vorlesung Grundlagen Entwicklungspsychologie – 2 SWS Vorlesung Differentielle und Persönlichkeitspsychologie – 2 SWS</p>		
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	<p>Die Vorlesung 'Grundlagen Entwicklungspsychologie' ermöglicht den Aufbau überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung und vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen. Die Vorlesung 'Grundlagen Differentielle und Persönlichkeitspsychologie' vermittelt grundlegendes</p>		

	psychologisches Fachwissen, das mit dem Erwerb berufspraktischer Kompetenzen durch die Testdurchführungen aufgebaut wird und personalen Kompetenzaufbau mithilfe von Selbsterfahrungselementen fördert.
Prüfungsformen	Klausur
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	4,5/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Schmitt, M. & Altstötter, Gleich, C. (2010). Differentielle Psychologie und Persönlichkeitspsychologie KOMPAKT. Weinheim: Beltz

Modulbezeichnung	Methoden II
Modulkürzel	IWP-B-1-2.02
Modulverantwortlicher	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester/Jedes SS/1 Semester
--	---------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen die Kriterien zur Gütebeurteilung psychologischer Testverfahren und können diese Kenntnisse im Berufsalltag dazu nutzen, die Qualität von Testverfahren zu beurteilen und neue Tests zu entwickeln, indem sie Qualitätsstandards berücksichtigen und ausgewählte Computerprogramme im Rahmen der Testentwicklung und -evaluation verwenden.
Inhalte	Die Vorlesung führt in die theoretischen Grundlagen psychometrischer Tests ein. Inhalte sind u.a. die Klassische Testtheorie sowie damit assoziierte Konzepte (Reliabilität, Validität), die auch bei Kulturvergleichen Anwendung finden. Auf Basis der Klassischen Testtheorie werden Konstruktionsprinzipien psychometrischer Tests vermittelt, z.B. Schritte der Testkonstruktion und Itemgenerierung. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vermittlung von Qualitätsstandards psychologischer Messinstrumente. Darüber hinaus werden zentrale Analysemethoden, z.B. Itemanalysen und Reliabilitätsanalysen, vorgestellt. Weitere Themen umfassen z.B. eine Einführung in die probabilistische Testtheorie sowie die Normierung von Testverfahren. Im Seminar werden die einzelnen Schritte anhand konkreter Beispiele, z.T. aus interkulturellen Kontexten, eingeübt. In Kleingruppen konstruieren und evaluieren die Studierenden ein selbst entworfenes Messverfahren (Fragebogen). Dabei wird unter anderem auch der Umgang mit Anwendungsprogrammen eingeübt, die zur Durchführung von Item-, Reliabilitäts- und Strukturanalysen notwendig sind und eine fundierte Interpretation der Ergebnisse ermöglichen.
Lehrformen	Vorlesung Testtheorie und Testkonstruktion – 2 SWS Seminar Fragebogenentwicklung – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse, die im begleitenden Seminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen von Projektbearbeitung in Kleingruppen erprobt wird.

Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Moosbrugger, H., & Kelava, A. (Hrsg.). (2012). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion (2. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Bühner, M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	BWL II und III
Modulkürzel	IWP-B-1-2.03
Modulverantwortlicher	Christoph Harff

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester / Jedes SS/ 1 Semester
--	------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können grundlegende Zusammenhänge der Finanzierungs- und Investitionstheorie benennen, die Aufgaben in der Finanzplanung eines Unternehmens erklären, als auch ökonomische Grundprobleme in privaten Haushalten und für Unternehmen beschreiben, indem sie finanzmathematische Methoden anwenden und verschiedene Wettbewerbsmodelle vergleichen, um später in der Lage zu sein, für die zentralen (finanziellen) Fragestellungen in Unternehmen und Haushalten Lösungsmöglichkeiten zu identifizieren.
Inhalte	Die Vorlesung 'Grundlagen Investition und Finanzierung' gibt eine Einführung in finanzwirtschaftliche Entscheidungen und Zielsetzungen. Unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen wie Finanzmärkte, Rechtsformen und unterschiedlicher Kulturen (z.B. islamische Finanzmethoden und -produkte) werden alternative Innen und Fremdfinanzierungen analysiert. In der Investitionsrechnung werden verschiedene (dynamische) Methoden präsentiert. Im Anschluss folgen die Grundlagen der Finanzplanung und Besonderheiten grenzüberschreitender Investitionsobjekte. Die Vorlesung 'Grundlagen der Volkswirtschaftslehre' behandelt grundlegende und aktuelle volkswirtschaftliche Fragestellungen der Volkswirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik. Dazu gehören u.a. das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage, Wettbewerb unter vollständiger oder unvollständiger Konkurrenz, die Funktionsweise von Faktormärkten und makroökonomische Zusammenhänge.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Investition und Finanzierung 2 SWS Vorlesung Introduction to Economics 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesungen vermitteln den Studierenden fachliche und methodische Kenntnisse für Wirtschaftspsychologen/ Wirtschaftspsychologinnen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch englischsprachige Veranstaltungen erworben.
Prüfungsformen	Klausur (90 Min) (Deutsch und English)

Teilnahmeempfehlungen	Teilnahme an den vorbereitenden Kursen der Hochschule
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Nein
Bibliographie/Literatur	Bösch, M. (2016). Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung. München: Vahlen. Mankiw, N. G., & Taylor, M. P. (2017). Economics (4th edition). Boston: Cengage Learning. Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Soft Skills II
Modulkürzel	IWP-B-1-2.04
Modulverantwortlicher	Claudia Ekwuazi

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	90 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	2. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden erwerben Kompetenzen für den beruflichen Alltag und Verhandlung in fremdkulturellen Kontexten. Sie lernen, ihren eigenen und den fremdkulturellen Hintergrund zu reflektieren und werden sensibilisiert für Sprache, das Arbeitsfeld und Besonderheiten interkultureller Verhandlungssituationen. Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls die Grundprinzipien erfolgreicher Verhandlungen. Neben der allgemeinen Erweiterung der Fremdsprachenkompetenz erwerben die Studierenden kommunikative Verhandlungsstrategien für ausgewählte Sprachräume.</p> <p>Die Studierenden verbessern ihre englische oder spanische Sprachkompetenz mit Schwerpunkt auf den Sprachgebrauch im Berufsalltag.</p>
----------------------------	--

Inhalte	<p>Lehrveranstaltung 1: Interkulturelle Geschäftskommunikation und Verhandlung</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organisation <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmensstrukturen ○ Führungsstile ○ Aufgabenbereiche jeweiliger Struktureinheiten ➤ Formen und Besonderheiten interkultureller Geschäftskommunikation <ul style="list-style-type: none"> ○ Mündlich ○ Schriftlich ○ Verhalten ➤ Besonderheiten interkultureller Verhandlung <ul style="list-style-type: none"> ○ Vorbereitung ○ Agenda ○ Konflikte ○ Angebote und Verhandlungen ○ Vertragsabschluss ➤ Verhandlungsmodelle <ul style="list-style-type: none"> ○ Harvard Modell ○ Dual Needs Modell
----------------	---

	<p>Lehrveranstaltung 2a: Englisch II</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mündliche Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischen Sprachraum <ul style="list-style-type: none"> ○ Telephoning ○ Travel arrangements ○ Arrivals and Introductions ○ Talking about Work and Asking for Information ○ Making Appointments and Entertaining Visitors und ➤ Schriftliche Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischen Sprachraum <ul style="list-style-type: none"> ○ CV and Application ○ Enquiry ○ Acknowledgement + Offers ○ Order ○ Delivery + Payment ○ Complaint and Adjustment ○ Business Documents ➤ Verhandlungsstrategien im englischen Sprachraum ➤ Vorbereitung auf das Cambridge Certificate/IELTS/TOEFL B2/C1 <p>Lehrveranstaltung 2b: Spanisch II</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anfänger/innen (Stufe A) <ul style="list-style-type: none"> ○ Weiterführender Grundwortschatz und komplexere Satzbausteine ○ Weiterführende Texte und Dialoge aus dem Alltag ○ Weiterführender Ausdruck in Wort und Schrift ○ Training der Aussprache ○ Geografische Orientierung ○ Uhrzeiten ○ Sprachliche Unterschiede der Sprache in verschiedenen Ländern ➤ Fortgeschrittene (Stufe B) <ul style="list-style-type: none"> ○ Fortgeschrittene grammatikalische Konzepte ○ Mündliche Kommunikation und Präsentationen im Unternehmen ○ Schriftliche Kommunikation im und außerhalb des Unternehmens ○ Kommunikation in komplexen Alltagssituationen ○ Komplexere geschäftliche Situationen und Verhandlungen ○ Kulturelle Unterschiede in verschiedenen spanischsprachigen Ländern <p>Die Studierenden besuchen entweder die Lehrveranstaltung 2a Englisch II oder 2b Spanisch II. Für die Lehrveranstaltung 'Spanisch' ist eine Aufteilung in Anfänger/innen und Fortgeschrittene geplant.</p>
<p>Lehrformen</p>	<p>Übung I Geko 2SWS Übung Sprache (Englisch II oder Spanisch II) 2 SWS</p>

Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Übung mit interaktiven Gruppenübungen.
Prüfungsformen	Modulabschlussprüfung als schriftliche oder mündliche Prüfungsleistung, ggf. Prüfungsteilleistungen im Rahmen der Übungen.
Teilnahmeempfehlungen	Keine formellen Teilnahmevoraussetzungen Empfehlung: Bestandenes Modul Softskills 1
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	2,5/210 der Gesamtnote (1/2 Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Nein
Bibliographie/Literatur	Die Literaturliste wird zu Beginn der Lehrveranstaltungen bekannt gegeben.

Modulbezeichnung	Angewandte Psychologie I
Modulkürzel	IWP-B-1-3.01
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	9	Workload gesamt	270 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	210 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können affektive Phänomene der Handlungssteuerung inklusive ihrer interkulturellen Besonderheiten wiedergeben und Querverbindungen zwischen den verschiedenen allgemeinpsychologischen Bereichen herstellen, indem sie sich vertiefende englischsprachige Studien anhand von Originalliteratur selbst erarbeiten. Dies dient als Grundlage für ein vertieftes Verständnis wirtschaftspsychologischer Ansatzpunkte im weiteren Studium und im jeweiligen Berufsfeld. Die Studierenden können die Zusammenhänge zwischen grundlegenden biologischen Prozessen und komplexen psychologischen Phänomenen wiedergeben, indem sie wichtige physiologische Vorgänge, deren pathophysiologische Entgleisung und zentrale Konzepte und Forschungsmethoden der Biopsychologie beschreiben sowie die Schnittstelle zwischen Kultur und Biologie erläutern für ein vertieftes Verständnis neurowissenschaftlicher Schnittstellen z.B. in der Allgemeinen Psychologie, Klinischen Psychologie oder im jeweiligen Berufsfeld.
Inhalte	Die Vorlesung 'Grundlagen Allgemeine Psychologie 2' gibt einen Überblick über entsprechende historische und aktuelle Theorien. Behandelt werden insbesondere Ansätze der Lern-, Emotions- und Motivationsforschung sowie Modelle der Gedächtnis- und Kommunikationsforschung. Auf deren Anwendungsbezüge in der Wirtschaftspsychologie wird eingegangen. Die Vorlesung 'Grundlagen Biologische Psychologie' gibt einen Überblick über die Grundzüge der Biologischen Psychologie. Dazu gehören u.a. neuroanatomische, neurophysiologische und endokrinologische Grundlagen, Evolution und Entwicklung des Nervensystems, Sinnesphysiologie und Motorik. Es werden zudem Prinzipien der pharmakologischen Beeinflussung von Verhalten und Kognition bei Mensch und Tier vermittelt.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Allgemeine Psychologie 2 – 2 SWS Vorlesung Grundlagen Biologische Psychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung 'Grundlagen Allgemeine Psychologie 2' vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen. Die Vorlesung 'Grundlagen Biologische Psychologie' vermittelt grundlegendes psychologisches Fachwissen, das die Inhalte der Allgemeinen Psychologie vertieft und auf Inhalte der Klinischen Psychologie

	vorbereitet.
Prüfungsformen	Klausur (120 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	9/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Horstmann, G., & Dreisbach, G. (2012). Allgemeine Psychologie 2 KOMPAKT. Weinheim: Beltz. Güntürkün, O. (2012). Biologische Psychologie. Göttingen: Hogrefe.

Modulbezeichnung	Methoden III
Modulkürzel	IWP-B-1-3.02
Modulverantwortlicher	Anke Weber

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die Grundprinzipien der beschreibenden und explorativen Statistik und deren Anwendungen im Kontext interkultureller wirtschaftspsychologischer Fragestellungen wiedergeben und die theoretischen Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung beschreiben, indem sie statistische Indikatoren und Graphen mittels einer Statistiksoftware an Übungsaufgaben anwenden, um später in der Lage zu sein, eigene quantitative Entscheidungsgrundlagen zu erstellen sowie quantitative Studien der Wirtschaftspsychologie korrekt zu interpretieren.
Inhalte	Der Schwerpunkt der Vorlesung liegt auf den Bereichen der beschreibenden Statistik, d.h. Darstellung von beobachteten Daten in tabellarischer und grafischer Form sowie der Beschreibung der Daten mithilfe von deskriptiv-statistischen Kennzahlen wie z.B. Lage- und Streuungsmaße etc., Korrelationen und Einführung in die Inferenzstatistik (Wahrscheinlichkeitsrechnung etc.). In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS, R) praktisch aufgearbeitet. Schwerpunkt der Übungsaufgaben sind interkulturelle Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie.
Lehrformen	Vorlesung 'Statistics 1' – 2 SWS Übung 'Exercise Statistics 1' – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt methodische Kenntnisse, die in begleitenden Übungen u.a. unter Zuhilfenahme einer Statistiksoftware praktisch erprobt werden. Die regelmäßige Teilnahme und Bearbeitung der Übungen bereitet die Studierenden kontinuierlich auf die Modulabschlussprüfung vor. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachigen Veranstaltungen erworben.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten, Englisch)
Teilnahmeempfehlungen	

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Coolican, H. (2014). Research Methods and Statistics in Psychology (6th edition). East Sussex: Psychology Press.</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.</p>

Modulbezeichnung	VWL und IWK II
Modulkürzel	IWP-B-1-3.03
Modulverantwortlicher	Youlia Spivak

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester/ jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden können die grundlegenden Befunde und Theorien zum Erleben und Verhalten von Menschen in Arbeitsorganisationen darstellen sowie die Wirkung von Bedingungen in der Arbeitswelt auf das Erleben, Verhalten und die Kompetenzen (z.B. Arbeitsauftrag, Organisationsform, Führungsstil) beschreiben, indem sie sich in wissenschaftliche Texte einarbeiten, um später in der Lage zu sein, verschiedene Personal- und Organisationsentwicklungsprozesse in einer Organisation zu verstehen und zu beschreiben.</p> <p>Die Studierenden können psychologische Basiskonzepte auf die (klassische) Wirtschaftstheorie übertragen und Unterschiede in (wirtschaftspsychologischen) Verhaltensweisen oder Phänomen in verschiedenen kulturellen Zusammenhängen benennen, indem sie einfache Experimente in der Ökonomischen Psychologie kennen lernen, um später im jeweiligen beruflichen Umfeld die Bedeutung der Psychologie im wirtschaftlichen Handeln zu erfassen.</p>
Inhalte	<p>Die Vorlesung 'Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie' vermittelt einen Überblick über die wichtigsten Inhalte und Aufgabenbereiche der Arbeits- und Organisationspsychologie. Zentrale Themen sind Arbeits- und Anforderungsanalyse, Belastung und Beanspruchung, interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Arbeitszeitgestaltung und Arbeitssicherheit sowie Führung und Motivation, Berufswahl und berufliche, Entwicklung, Teamarbeit, Arbeitsleistung, Leistungsbeurteilung, Organisationsdiagnose und Organisationsentwicklung. In der Vorlesung 'Grundlagen Ökonomische Psychologie' geschieht eine Einordnung und Abgrenzung der ökonomischen Psychologie und die Problematik rationalen Verhaltens ('Homo Oeconomicus') wird behandelt. Es werden folgende Themen der ökonomischen Psychologie behandelt, nämlich (makroökonomische) Märkte, die Psychologie der Arbeitsmärkte und der Finanzmärkte sowie die Psychologie des Geldes / der Inflation und die Psychologie der Besteuerung sowie Schattenwirtschaft</p>
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie – 2 SWS

	Vorlesung Grundlagen Ökonomische Psychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Die Vorlesungen 'Grundlagen Arbeits- und Organisationspsychologie' und 'Grundlagen Ökonomische Psychologie' vermitteln wirtschaftspsychologische Fachkenntnisse.
Prüfungsformen	Klausur (120 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Heidelberg: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie (3. Aufl.). Berlin: Springer</p> <p>Schreyögg, G., & Geiger, D. (2015). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Wiswede, G. (2012). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. Stuttgart: UTB.</p>

Modulbezeichnung	Soft Skills III
Modulkürzel	IWP-B-1-3.04
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	90 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	3. Semester/ Jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können kommunikative Stile unter kulturspezifischen Aspekten analysieren indem sie mit Theorien und Methoden der kulturvergleichenden Kommunikationsforschung vertraut gemacht werden, um später als Wirtschaftspsychologen der steigenden kulturellen Heterogenität des Unternehmensalltags gerecht werden zu können.
Inhalte	Gegenstand des Moduls sind kulturwissenschaftliche und methodologische Grundlagen sowie Theorien der interkulturellen Wirtschaftskommunikation und der interkulturellen Psychologie. Die Vorlesung 'Grundlagen Interkultureller Wirtschaftskommunikation' führt in kulturwissenschaftliche Grundlagen und für die Wirtschaft zentrale Aspekte der Kulturtheorieforschung ein, wie z.B. Kulturtheorien, Geschichte der interkulturellen Kommunikation, Kommunikationstheorien mit Querbezügen zu wirtschaftspsychologischen Bereichen. In der Vorlesung 'Grundlagen interkultureller Forschung und interkultureller Psychologie' werden die Besonderheiten interkultureller Forschungsmethoden (z.B. kulturübergreifende Interviews und Fragebögen, interkulturelle Berufsdagnostik) erläutert. Zudem werden interkulturelle Ansätze innerhalb der Psychologie (z.B. Kulturpsychologie, kulturvergleichende Psychologie, indigene Psychologie) und zentrale Themen (z.B. interkulturelles Handeln, interkulturelles Lernen, interkulturelle Kompetenz) vorgestellt.
Lehrformen	Vorlesung Grundlagen Interkultureller Wirtschaftskommunikation - 2 SWS Vorlesung Grundlagen Interkultureller Forschung und Psychologie - 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesungen vermitteln Fach- und Methodenkenntnisse für Wirtschaftspsychologen.
Prüfungsformen	Klausur 60 min
Teilnahmeempfehlungen	

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Bolten, J. (2015). Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Stuttgart: UTB.</p> <p>Haas, H. (2009). Das interkulturelle Paradigma. Passau: Karl Stutz.</p> <p>Berry, J. W., & Poortinga, Y. H. (2011). Cross-cultural Psychology. Research and Applications. Cambridge: University Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Angewandte Psychologie II
Modulkürzel	IWP-B-1-4.01
Modulverantwortlicher	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	9	Workload gesamt	270 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	210 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester/Jedes SS/1 Semester
--	---------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können psychologische Konzepte, Theorien und Modelle der Markt- und Werbepsychologie sowie deren kulturelle Besonderheiten erläutern und Bezüge zu neuropsychologischen und psychologischen Grundlagen herstellen, indem sie Ergebnisse markt- und konsumentenpsychologischer Untersuchungen kritisch lesen lernen und geeignete Untersuchungsmethoden für praktische Fragestellungen in diesem Feld auswählen, ethische Probleme reflektieren und eine differenzierte eigene Stellungnahme formulieren, damit sie später eigenständig Untersuchungen planen, durchführen, auswerten und präsentieren können. Die Studierenden haben die notwendigen theoretischen, methodischen und praktischen Kenntnisse der psychologischen Diagnostik erworben und können diese zur erfolgreichen Bearbeitung diagnostisch-relevanter Probleme in verschiedenen Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie nutzen, indem sie geeignete Verfahren zur Erhebung diagnostischer Informationen kennen lernen.
Inhalte	In der Vorlesung 'Markt- und Werbepsychologie' werden die zentralen Theorien, Methoden und Forschungsergebnisse der Markt- und Konsumentenpsychologie dargestellt und hinsichtlich ihres Wertes für die Erklärung des Verhaltens von Menschen im Kontext von Markt und Konsum diskutiert sowie aktuelle und zukünftige Aufgabenfelder für Wirtschaftspsychologen/-innen in der Markt- und Konsumentenpsychologie herausgestellt. Themen sind Menschenbilder und ethische Grundfragen der Marktpsychologie, psychologische Grundlagen der Werbung und ihre Anwendung in der Werbegestaltung, psychologische Werbewirkungsmodelle, psychologische Theorien und Modelle der Markenwirkung und Markenidentität, psychologische Aspekte der Marketinginstrumente sowie aktuelle und zukünftige praktische Aufgaben für Wirtschaftspsychologen/-innen in der Marktpsychologie. Bzgl. der Konsumentenpsychologie liegt der Fokus auf dem Konsumenten als Gegenstand der Konsumentenpsychologie, heimliche und manipulative Beeinflussung von Konsumenten als ethisches Problem, Konsumentenverhalten und Kundenzufriedenheit, Kaufentscheidungen, Grundlagen der Dienstleistungspsychologie, Kundenorientierung und Überzeugen durch Glaubwürdigkeit und

	<p>Argumente.</p> <p>In der Vorlesung 'Grundlagen psychologischer Diagnostik' werden die Grundlagen psychologischer Diagnostik vermittelt: Definition psychologischer Diagnostik, Aufgabenbereiche, Fragestellungen, diagnostischer Prozess, Entscheidungsstrategien und -fehler, Methoden der Urteilsbildung, Darstellung unterschiedlicher Erhebungsverfahren (Tests, Fragebogen, Interviewmethoden, Verhaltensbeobachtung), Testtheorien, Gütekriterien psychologischer Tests, praktische Anwendung psychologischer Diagnostik in unterschiedlichen Anwendungsbereichen sowie kultursensible Diagnostik.</p>
Lehrformen	<p>Vorlesung Markt- und Werbepsychologie – 2 SWS Vorlesung Grundlagen psychologischer Diagnostik – 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	<p>Die Vorlesung 'Markt- und Werbepsychologie' vermittelt wirtschaftspsychologisches Fachwissen. Im Modul werden zudem überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachigen Veranstaltungen erworben.</p> <p>Die Vorlesung 'Grundlagen psychologischer Diagnostik' vermittelt grundlegende methodische Kenntnisse. Überfachliche Kompetenzen können durch Vorträge, personale Kompetenzentwicklung mithilfe von Selbsterfahrungselementen ausgebaut werden.</p>
Prüfungsformen	Klausur (180 Minuten) (Deutsch)
Teilnahmeempfehlungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	9/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Springer.</p> <p>Moser, K. (Hrsg.). (2007). Wirtschaftspsychologie. Berlin: Springer</p> <p>Raab, G., & Unger, F. (2005). Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.</p> <p>von Rosenstiel, L., & Neumann, P. (2002). Marktpsychologie. Ein Handbuch für Studium und Praxis. Darmstadt: Primus.</p> <p>Töpfer, A. (Hrsg.). (2004). Kundenzufriedenheit messen und steigern. Darmstadt: Luchterhand.</p> <p>Wiswede, G. (2007). Einführung in die Wirtschaftspsychologie (4. Aufl.) München: UTB.</p>

	<p>Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik (5. vollst. überarb. und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Stemmler, G. & Margraf-Stiksrud, J. (Hrsg.). (2015). Lehrbuch Psychologische Diagnostik. Bern: Huber/Hogrefe.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>
--	--

Modulbezeichnung	Methoden IV
Modulkürzel	IWP-B-1-4.02
Modulverantwortlicher	Anke Weber

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4.Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen der Inferenzstatistik wiedergeben und beschreiben wie Tests statistischer Hypothesen für unterschiedliche Stichprobendesigns durchgeführt werden, indem sie inferenzstatistische Modelle mittels einer Statistiksoftware an Übungsaufgaben anwenden und auf interkulturelle wirtschaftspsychologische Fragestellungen übertragen, um später in der Lage zu sein, eigene quantitative Entscheidungsgrundlagen zu erstellen sowie quantitative Studien der Wirtschaftspsychologie korrekt zu interpretieren.
Inhalte	Der Schwerpunkt der Vorlesung liegt auf Signifikanztests und Stichprobengröße, Prüfung von Unterschiedshypothesen für Daten mit unterschiedlichen Messskalen, sowohl für unabhängige als auch für abhängige Stichproben. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS oder R) praktisch aufgearbeitet.
Lehrformen	Vorlesung 'Statistics 2' – 2 SWS Übung 'Exercise Statistics 2' – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Der Schwerpunkt der Vorlesung liegt auf Signifikanztests und Stichprobengröße, Prüfung von Unterschiedshypothesen für Daten mit unterschiedlichen Messskalen, sowohl für unabhängige als auch für abhängige Stichproben. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung von Statistiksoftware (SPSS oder R) praktisch aufgearbeitet.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten, Englisch)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Pflicht: Coolican, H. (2014). Research Methods and Statistics in Psychology (6th edition). Psychology Press: East Sussex.</p> <p>Sedlmeier, P., & Renkewitz, F. (2013). Forschungsmethoden und Statistik – Ein Lehrbuch für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Hallbergmoos: Pearson.</p>

Modulbezeichnung	VWL II und Recht
Modulkürzel	IWP-B-1-4.03
Modulverantwortlicher	Christoph Harff

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester / jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die wirtschaftlichen Ursachen der Globalisierung und den Austausch von Menschen, Ideen, Rohstoffen und Kapital auf der ganzen Welt erklären und ihre geographischen, politischen und kulturellen Auswirkungen diskutieren, indem sie wichtige wirtschaftliche und politische Trends identifizieren und die Rolle des Handels dabei beschreiben, um später im jeweiligen beruflichen Umfeld die komplexen Phänomene der Globalisierung für Unternehmen und Haushalte besser nutzbar zu machen.
Inhalte	Die Vorlesung behandelt die Ökonomie der Globalisierung, insbesondere Trends und Entwicklungen auf den Produkt-, Finanz- und Faktormärkten, bespricht die Treiber von Globalisierung (New Economy und Liberalisierung) sowie die Globalisierung auf Unternehmensebene und die Internationalisierung von Forschung und Entwicklung. Das Seminar konzentriert sich auf die Globalisierung und ihre Auswirkungen auf verschiedene Themen, z.B. Politikgestaltung, kulturelle Vielfalt, weniger entwickelte Regionen und Nachhaltigkeit.
Lehrformen	Vorlesung Globalisation - 2 SWS Seminar Debates on Globalisation - 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für interkulturell bzw. international arbeitende Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen. Zudem werden überfachliche Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung erworben.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2014). International Economics: Theory and Policy (10th Edition). Edinburgh: Pearson.</p> <p>Ferguson, N. (2004). Empire: The Rise and Demise of the British World Order and the Lessons for Global Power. London: Penguin Books.</p> <p>Krugman, P. (29. December 2007). The Trouble with Trade. New York Times. Abgerufen am 22. März 2017.</p> <p>The Economist (13. October 2012). History: As You Were. The Economist Newspaper. Abgerufen von http://www.economist.com/node/21564413?zid=293&ah=e50f636873b42369614615ba3c16df4a</p> <p>The Economist (18. September 2008). A bigger world. A Special Report on Globalisation. The Economist Newspaper. Abgerufen von http://www.economist.com/node/12080751</p> <p>Stiglitz, J. E. (2007). Making Globalization Work. New York: W. W. Norton.</p> <p>Wolf, M. (2006). Why Globalization Works. Yale: University Press. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Soft Skills IV
Modulkürzel	IWP-B-1-4.04
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	90 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	4. Semester/ Jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die der wirtschaftlichen Entwicklung verschiedener Nationen zugrundeliegenden kulturellen Prozesse identifizieren, indem sie mit Fallstudien und dem Erlernen von geschichtlichen Prozessen ausgewählte Regionen analysieren, um später in der Lage zu sein, komplexe der Internationalisierung von Unternehmen zugrundeliegende kulturelle Zusammenhänge zu verstehen.
Inhalte	In der Vorlesung werden Prozesse der Industrialisierung verschiedener Länder dargestellt. Am Beispiel von Großbritannien, China, Russland und Japan werden verschiedene Modelle des wirtschaftlichen Handelns und ihre Verwurzelung im soziokulturellen Kontext des jeweiligen Landes erörtert. Im Seminar werden anhand von Fallstudien aus dem internationalen Management Verknüpfungen der verschiedenen wirtschaftlichen und psychologischen Disziplinen aufgezeigt und Lösungsansätze kritisch diskutiert.
Lehrformen	Vorlesung History of Business - 2 SWS Seminar Case Study Colloquium - 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt Fachwissen für interkulturell bzw. international arbeitende Wirtschaftspsychologen/ Wirtschaftspsychologinnen mit Bezug zu tagesaktuellen geschichtlich-kulturellen Prozessen, die im begleitenden Seminar mit dem Aufbau von daran anschließenden methodischen Kompetenzen durch Fallanalysen verbunden werden. Zudem trägt das Modul zur Entwicklung überfachlicher Schlüsselkompetenzen durch die englischsprachige Veranstaltung bei.
Prüfungsformen	Klausur 60 min
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote	5/120 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Amatori, F., & Colli, A. (2011). Business History – Complexities and Comparisons. London: Routledge. Galbraith, J. K. (1998). History of Economics – The Past as the Present. London: Penguin. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben

Modulbezeichnung	Auslands- oder Praxissemester
Modulkürzel	IWP-B-1-5.01
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	30	Workload gesamt	900 Stunden
SWS		Präsenzzeit	10 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	890 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	5. Semester/ Jedes WS / 1 Semester
--	------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können ihre praktische Tätigkeit reflektieren oder ihre Studienleistungen dokumentieren und sind in der Lage, entweder das im Studium erworbene wirtschaftspsychologische Fachwissen in der Praxis anzuwenden und/oder interkulturelle und sprachliche Kompetenzen zu vertiefen. Sie erhalten Anregungen für die Schwerpunktsetzung im Masterstudium oder für mögliche Berufsfelder. Zudem vertiefen sie Planungs- und Organisationskompetenz.
Inhalte	<p>Wahlfächer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berufspraktikum im Inland: Es beinhaltet die inhaltlich qualifizierte Mitarbeit bei Aufgaben oder in Projekten zu Themenstellungen der Wirtschaftspsychologie, z.B. in der Personalabteilung, Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Personalberatung, der Markt- und Medienforschung, Verwaltung (z.B. Krankenhaus, Behörde, Arbeitsagentur), in Medienunternehmen oder als freier Trainer. - Berufspraktikum im Ausland: Es beinhaltet ebenfalls die inhaltlich qualifizierte Mitarbeit bei Aufgaben oder in Projekten zu Themenstellungen der Wirtschaftspsychologie, z.B. in der Personalabteilung, Unternehmensberatung mit Schwerpunkt Personalberatung, der Markt- und Medienforschung, Verwaltung (z.B. Krankenhaus, Behörde, Arbeitsagentur), in Medienunternehmen oder als freier Trainer. - Hochschulsemester im Ausland: Hier bildet das Absolvieren definierter Studienelemente, die verwandt mit den Inhalten der Wirtschaftspsychologie sind, einen Schwerpunkt. Ein weiterer Aspekt ist, die Aufbauarbeiten der Hochschule Hamm-Lippstadt im Bereich von Kooperationen mit Partnerhochschulen im Ausland zu unterstützen. Hierbei werden die Studierenden von einer Betreuerin/ einem Betreuer der Hochschule unterstützt.
Lehrformen	Praktikum Berufspraktikum / Berufspraktikum im Ausland / Hochschulsemester im Ausland
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho-	Die berufspraktische und / oder interkulturelle und fachwissenschaftliche Dimension des Studiengangs wird hier intensiviert, sodass sukzessiv berufspraktische und / oder

den	interkulturelle und fachwissenschaftliche Kompetenzen aufgebaut und zur Reflexion über Kohärenz von Zielen und Praxis angeregt wird.
Prüfungsformen	Praktikumsbericht (Umfang 20 Seiten) Mündlicher Vortrag (15 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	30/210cp der Gesamtnote mit einer 1/3fachen Gewichtung
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Praktikumsordnung

Modulbezeichnung	Angewandte Psychologie III
Modulkürzel	IWP-B-1-6.01
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	180 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester/ Jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Lernenden können theoretische Modelle zur Erklärung psychischer Störungen und ihrer wichtigsten Therapieverfahren erläutern und kritisch beurteilen, indem sie Symptomatik, Klassifikation und Ätiologie der wichtigsten psychischen Störungen sowie die Kulturgebundenheit der Pathologisierung und die empirische Evidenz der Konstrukte und Interventionen zur Erläuterung heranziehen, um später im jeweiligen Berufsfeld den Varianzbereich des Normalen sowie seiner Abweichung im menschlichen Erleben und Verhalten z.B. der Mitarbeiter, Konsumenten etc. einschätzen zu können.
Inhalte	Die Vorlesung Grundlagen der Klinischen Psychologie vermittelt störungsübergreifend grundlegende Kenntnisse zur Epidemiologie, Klassifikation, Diagnostik, Ätiologie und Therapie psychischer Störungen. Darüber hinaus werden die zentralen theoretischen und psychotherapeutischen Richtungen innerhalb der klinischen Psychologie behandelt sowie grundlegende Strategien der klinisch-psychologischen Forschung vermittelt. Zur Illustration dieser Inhalte werden ausgewählte Störungsbilder genauer dargestellt und Wahrnehmungen in unterschiedlichen Kulturen diskutiert. In der Vorlesung Vertiefung in Klinischer Psychologie werden die Themen der Grundlagenvorlesung erweitert sowie ein umfassender Überblick über die Phänomenologie, Klassifikation, Diagnostik, Ätiologie und Behandlung der wichtigsten psychischen Störungen gegeben.
Lehrformen	Vorlesung Einführung Klinische Psychologie – 2 SWS Vorlesung Vertiefung Klinische Psychologie – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt angewandtes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/Wirtschaftspsychologinnen auf Grundlage der Inhalte der Allgemeinen Psychologie, Sozialpsychologie, Differentiellen Psychologie und Biologischen Psychologie.
Prüfungsformen	Klausur (90 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Projektarbeit
Modulkürzel	IWP-B-1-6.02
Modulverantwortlicher	Sebastian Fischer

ECTS-Punkte	8	Workload gesamt	240 Stunden
SWS	3	Präsenzzeit	45 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	195 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester/ Jedes SS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können eine empirische Studie durchführen und mit Bezug auf wissenschaftliche Theorien und empirische Befunde argumentieren, indem sie sich vertiefendes Wissen aus der Fachliteratur erschließen, eine empirische Studie planen, Daten erheben, auswerten und die Ergebnisse wissenschaftlich präsentieren, um sich auf spätere Forschungsarbeiten, wie z.B. die Bachelorarbeit, vorzubereiten.
Inhalte	Das Experimentalpraktikum dient der Gewinnung praktischer Labor- und Felderfahrung in der Anwendung empirischer Forschungsmethoden der Psychologie. Unter Anleitung entwickeln die Studierenden eine konkrete, mit empirischen Methoden zu bearbeitende Fragestellung, sichten hierzu die einschlägige wissenschaftliche Literatur, erheben mit empirischen Methoden Daten zur Prüfung der aufgestellten Hypothesen, wenden statistische Prüfverfahren an, diskutieren die Befunde und präsentieren die Ergebnisse in Posterform oder fertigen einen Forschungsbericht im Format einer wissenschaftlichen Publikation an.
Lehrformen	Seminar Theoretische und methodologische Grundlagen – 2 SWS Übung Empirische Arbeit – 1 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar ermöglicht den Ausbau methodischer Kompetenzen, die in der Übung als Vorbereitung auf die Berufspraxis im Rahmen von Projektarbeit in Kleingruppen erprobt wird.
Prüfungsformen	Poster (A1) oder Forschungsbericht (Umfang 5.000 Wörter) (frei wählbar in Deutsch oder English)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Modulbeschreibung

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Wahlpflichtmodul I
Modulkürzel	IWP-B-1-6.03
Modulverantwortlicher	Youlia Spivak

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	Stunden
SWS	10	Präsenzzeit	150 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	<p>1A: Studierende können grundlegende Theorien und Methoden der Arbeits- und Personalpsychologie erklären und analysieren und grundlegende Inhalte und Methoden der Personalpsychologie bewerten, indem sie konkrete Pläne für arbeits- und personalpsychologische Diagnostik entwickeln und psychologisch fundierte Interventionsmaßnahmen konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.</p> <p>1B: Die Studierenden können vertiefende Theorien und Methoden der Konsumentenpsychologie erklären und analysieren und können grundlegende Inhalte und Methoden bewerten, indem sie konkrete Pläne für konsumentenpsychologische Untersuchungen entwickeln und durchführen sowie wirtschaftspsychologisch fundierte Interventionsmaßnahmen unter Einbezug interkultureller Aspekte konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.</p>
Inhalte	<p>1A: Den Schwerpunkt des Seminars Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie bilden Theorien und Methoden der Arbeits- und Personalpsychologie, insbesondere zu Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung, Personalauswahl, Personalentwicklung, Führung sowie Stress und Work-Life-Balance, auch in Bezug auf interkulturelle Besonderheiten. Im Projektseminar sollen eigene beispielhafte Untersuchungen konzipiert werden.</p> <p>1B: Das Seminar behandelt vertiefende Theorien und Befunde zum Konsumentenverhalten und Konsumententypologien wie z.B. die praktische Untersuchung des Kaufverhaltens von Konsumenten, rechtliche und ethische Probleme der Datenerhebung, die Untersuchung der Persönlichkeitseigenschaften von Konsumenten, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sowie Entwicklung von Kundentypologien mit Clusteranalysen. Im Projektseminar sollen</p>

	eigene beispielhafte Untersuchungen, die interkulturelle Aspekte mit einbeziehen, angeleitet konzipiert werden.
Lehrformen	1A: Seminar Vertiefung Arbeits- und Personalpsychologie - 2SWS Projektseminar Praxis Arbeits- und Personalpsychologie - 2 SWS 1B: Seminar Vertiefung Konsumentenpsychologie - 2 SWS Projektseminar Praxis Konsumentenpsychologie - 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	Das Seminar fördert selbstständiges wissenschaftliches Arbeiten mit Übungen, Diskussionen und Vorträgen und vermittelt vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts, das im Projektseminar als Vorbereitung auf die Berufspraxis erprobt wird.
Prüfungsformen	Kombinierte Prüfungsform
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	1A: Kauffeld, S. (2011). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Heidelberg: Springer. Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2014) Arbeits- und Organisationspsychologie (3. Aufl.). Berlin: Springer. Schreyögg, G., & Geiger, D. (2015). Organisation: Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Wiesbaden: Springer. Schuler, H. & Kanning, U. P. (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe. Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben. 1B: Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Springer. Nerdinger, F. W. (1994). Zur Psychologie der Dienstleistung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Müller, A., Jonas, K. J., & Boos, M. (Hrsg.). (2008). Wirtschaftspsychologie IV: Psychologie der Marke. Lengerich: Pabst.

Modulbeschreibung

	Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.
--	---

Modulbezeichnung	Wahlpflichtmodul II – Einführung Quantitative Methoden
Modulkürzel	IWP-B-1-6.04
Modulverantwortlicher	Anke Weber

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	90 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können fortgeschrittene statistische Methoden anwenden, indem sie in Gruppen eine eigene quantitative Analyse zu Inhalten des Wahlpflichtmoduls 1 mit einer Statistiksoftware durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.
Inhalte	Studierende erarbeiten sich in der Vorlesung einführende Kenntnisse in die quantitativen Methoden und wenden diese in einem eigenen ökonomischen Projekt an. Der Fokus der Vorlesung liegt auf der Einführung in quantitative Methoden, u.a. multiple Regressionen, Diagnostiken für die Regressionsgüte, Interaktionseffekte. In den Übungen werden die in der Vorlesung vermittelten Themen anhand von Übungsaufgaben und unter Anwendung der Statistiksoftware R praktisch erarbeitet und bereiten somit die Grundlage für die eigenständige Durchführung der Hausarbeit.
Lehrformen	Vorlesung 'Introduction to Quantitative Methods' – 2 SWS Übung 'Exercise Quantitative Methods' 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Veranstaltungen verbinden die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer Anwendung in eigenen ökonomischen Projekten, die sich thematisch aus dem Wahlpflichtmodul 1 generieren.
Prüfungsformen	Hausarbeit (Umfang 3 Seiten Beschreibung und Tabellen plus Logfile von R) auf Englisch
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Andy Field, Jeremy Miles, Zoë Field: 'Discovering Statistics Using R', (2012), ISBN-10: 144620046</p> <p>'R für Einsteiger: Einführung in die Statistiksoftware für die Sozialwissenschaften'. Mit Online-Material Taschenbuch – 10. September 2015, Autor: Maike Luhmann</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Interkulturelles Personalmanagement
Modulkürzel	IWP-B-1-6.05
Modulverantwortlicher	Youlia Spivak

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	90 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	6. Semester / Jedes SS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden erlernen die Grundbegriffe und Grundlagen des Staats- und Europarechts sowie des internationalen Wirtschaftsrechts, indem sie an Fallbeispielen rechtliche Bestimmungen anwenden, um später im jeweiligen Berufsfeld die rechtlichen Aspekte des Handelns einschätzen zu können.
Inhalte	Die Studierenden erarbeiten nach einer allgemeinen Einführung in juristische Grundbegriffe und Grundlagen des Staats- und Europarechts sowie des internationalen Wirtschaftsrechts spezifische rechtliche Grundlagen des Studienschwerpunkts Arbeits- und Organisationspsychologie, wie z.B. Arbeitsrecht.
Lehrformen	Vorlesung 'Recht für Wirtschaftspsychologen' – 2 SWS Tutorium 'Tutorium Recht für Wirtschaftspsychologen' 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Die Vorlesung eröffnet neues berufsfeldbezogenes Fachwissen für Wirtschaftspsychologen/ Wirtschaftspsychologinnen aus einer anderen Disziplin
Prüfungsformen	Klausur (60 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Modulkürzel	IWP-B-1-7.01
Modulverantwortlicher	Laura Große

ECTS-Punkte	14	Workload gesamt	420 Stunden
SWS	2	Präsenzzeit	30 Stunden
Sprache	Deutsch/ Englisch	Selbststudienzeit	390 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7.Semester / Jedes SS und WS / 1 Semester
--	---

Qualifikationsziele	Die Studierenden können ein eigenes wissenschaftliches Werk zu einem eingegrenzten Thema erarbeiten und verfassen, indem sie selbstständig Fachwissen auf ein begrenztes Themengebiet transferieren, methodisch unter Einhaltung wissenschaftlicher Qualitätsstandards umsetzen und wissenschaftlich dokumentieren, um später eigene wissenschaftliche Forschungsarbeiten durchführen zu können.
Inhalte	Der Inhalt der Bachelorarbeit bezieht sich auf kleinere, fortgeschrittene Problemstellungen der interkulturellen Wirtschaftspsychologie, die selbst gewählt oder vorgegeben werden. Diese werden innerhalb des festgelegten Zeitraumes von vier Monaten bearbeitet. Kenntnisse und Methoden des Faches werden angewendet, Ergebnisse werden wissenschaftlich präzise und verständlich dargestellt. In dem zugehörigen Colloquium erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihre Arbeit und ihre Arbeitsweise zu präsentieren und zu diskutieren.
Lehrformen	Bachelorarbeit Seminar 'Colloquium'
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Durch die selbstständige forschungsorientierte Untersuchung bauen die Studierenden Kompetenzen in wissenschaftlichem Arbeiten aus.
Prüfungsformen	Bachelorarbeit (15.000 Wörter) (frei wählbar in Deutsch oder English) Referat (30 Minuten)
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	21/210 der Gesamtnote (1,5-fache Gewichtung)

Modulbeschreibung

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	

Modulbezeichnung	Wahlpflichtmodul III
Modulkürzel	IWP-B-1-7.02
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	Stunden
SWS	10	Präsenzzeit	150 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7. Semester / Jedes WS / 1 Semester
--	-------------------------------------

Qualifikationsziele	<p>3A: Die Studierenden können Prozesse der Strategiefindung und -umsetzung in Organisationen erklären, indem sie anhand von Fallstudien mithilfe verschiedener analytischer Ansätze der Organisationswissenschaften im Unternehmen auftretende Probleme untersuchen, um später als Wirtschaftspsychologen ein Verständnis für die Dynamik und die strukturellen und soziokulturellen Mechanismen des "Management"-Felds zu haben.</p> <p>3B: Studierende können vertiefende Theorien und Methoden der Marktpsychologie erklären und analysieren und können grundlegende Inhalte und Methoden bewerten, indem sie marktpsychologische Untersuchungen kritisch diskutieren und unterschiedliche Erhebungsinstrumente anhand vorgegebener Forschungsfragen mit interkulturellen Bezügen in eigenen Untersuchungen anwenden sowie wirtschaftspsychologisch fundierte Interventionsmaßnahmen unter Einbezug interkultureller Aspekte konzipieren, um später in der Lage zu sein, solche Maßnahmen in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld durchzuführen.</p>
Inhalte	<p>3A: Das Seminar Organisationstheorie behandelt die grundlegenden Theorien der Organisationswissenschaft (Resource Dependence Theory, Institutional Theory, Contingency Approach, Population Ecology etc.). Vorgestellte Ansätze werden als Werkzeugbox an aktuellen Beispielen angewendet, um Lösungsvorschläge zu entwickeln.</p> <p>In dem Seminar Angewandte Organisationstheorie lernen Studierende die Anwendung grundlegender Theorien der Organisationswissenschaft auf aktuelle Probleme der Wirtschaft, wie z.B. Mergers im internationalen Kontext.</p> <p>3B: Gegenstand des Seminars sind die psychologischen Grundlagen der</p>

	<p>Werbung und ihre Anwendung in der Werbegestaltung, psychologische Werbewirkungsmodelle (Methoden der Werbewirkungsforschung; eyetracking), psychologische Theorien und Modelle der Markenwirkung, Markenidentität sowie psychologische Aspekte der Marketinginstrumente (Marke und Produkt, Preis und Konditionen, Vertrieb, Public-Relations und Kommunikation). Im Projektseminar sollen eigene beispielhafte Untersuchungen im interkulturellen Kontext angeleitet konzipiert werden.</p>
Lehrformen	<p>3A: Seminar Organisation Theory and Design - 2 SWS Seminar Angewandte Organisationstheorie - 2 SWS</p> <p>3B: Seminar Vertiefung Marktpsychologie - 2 SWS Projektseminar Praxis Marktpsychologie - 2 SWS</p>
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmetho- den	<p>3A: In den Seminaren werden theoretische Konzepte auf Fallstudien und evtl. praktische Erfahrungen der Studierenden angewendet und deren Relevanz und Bedeutung (kritisch) diskutiert.</p> <p>3B: Die Seminare vermitteln vertiefendes Fachwissen des Studienschwerpunkts und dienen der berufspraktischen Erprobung der gelernten Inhalte.</p>
Prüfungsformen	<p>3A: Klausur (60 Min) (English) 3B: Kombinierte Prüfungsform (English)</p>
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>3A: Daft, R.L., Murphy, J., & Wilmott, H. (2010). Organization Theory and Design (2nd edition). Hampshire: Cenage Learning. Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p> <p>3B: Raab, G., & Unger, F. (2005). Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler. von Rosenstiel, L., & Neumann, P. (2002). Marktpsychologie. Ein Handbuch für Studium und Praxis. Darmstadt: Primus. Griseri, P., & Seppala, N. (2010). Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Hampshire: Cenage Learning. Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Wahlpflichtmodul IV – Vertiefung Psychologische Diagnostik
Modulkürzel	IWP-B-1-7.03
Modulverantwortlicher	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150 Stunden
SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	90 Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7. Semester/jedes WS/1 Semester
--	---------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden können vertiefende Methoden psychologischer Diagnostik anwenden, indem sie diagnostische Fragestellungen der Arbeits- und Organisationspsychologie entwickeln, theoretisch und praktisch anwenden sowie die Ergebnisse kompetent analysieren und interpretieren, um später Herausforderungen bei der Anwendung diagnostischer Methoden zu kennen und Untersuchungen fundiert durchführen zu können.
Inhalte	Das Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik' vermittelt vertiefte Kenntnisse spezieller psychologisch-diagnostischer Methoden (z.B. Konfirmatorische Faktorenanalyse, Verhaltensbeobachtung). Zudem werden ausgewählte Fragestellungen der angewandten Diagnostik in spezifischen Anwendungsfeldern der Diagnostik exemplarisch vorgestellt. Es werden Querverweise auf die Relevanz der Methoden in den Schwerpunktfächern des Studiengangs Interkulturelle Wirtschaftspsychologie geleistet. In der Übung wird aufbauend auf den Inhalten der Vorlesung die praktische Anwendung der speziellen Methoden geübt. Es wird den Studierenden im Rahmen einer Hausarbeit die Möglichkeit gegeben, diagnostische Methoden anhand eigener interkultureller Fragestellungen bzw. anhand ausgewählter Fallbeispiele aktiv auszuprobieren und Handlungskompetenzen zu erwerben.
Lehrformen	Vorlesung Vertiefung psychologische Diagnostik – 2 SWS Übung Vertiefung psychologische Diagnostik – 2 SWS
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Das Submodul 'Vertiefung psychologische Diagnostik' verbindet die Vermittlung neuer Methodenkenntnisse mit ihrer berufspraktischen Anwendung im interkulturellen Kontext. Es finden eine Vorlesung und eine Übung statt.
Prüfungsformen	Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter)
Teilnahmeempfehlungen	

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/12 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Bibliographie/Literatur	<p>Brown, T. (2015). <i>Confirmatory Factor Analysis for Applied Research</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Kline, R., & Little, T. (2016). <i>Principles and practice of Structural Equation Modeling</i>. New York, NY: The Guildford Press.</p> <p>Schmidt-Atzert, L., & Amelang, M. (2012). <i>Psychologische Diagnostik</i> (5. vollst. überarb. und erw. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Werner, C. S., Schermelleh-Engel, K., Gerhard, C., & Gäde, J. C. (2016). <i>Strukturgleichungsmodelle</i>. In N. Döring & J. Bortz (Hrsg.), <i>Forschungsmethoden und Evaluation</i> (5. Aufl.; S. 945-973). Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literatur wird vor Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	Interkulturelles Marketing
Modulkürzel	IWP-B-1-7.04
Modulverantwortlicher	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	Stunden
SWS	10	Präsenzzeit	150 Stunden
Sprache	Deutsch	Selbststudienzeit	Stunden

Studiensemester / Häufigkeit des Angebots / Dauer	7. Semester/ jedes WS/ 1 Semester
--	-----------------------------------

Qualifikationsziele	Die Studierenden lernen eigenes bürgerschaftliches Engagement zu reflektieren, um später im Aufbau ihrer Schlüsselkompetenzen gestärkt zu werden, wie z.B. Ausdauer, Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Übernahme sozialer Verantwortung und Umgang mit interkulturellen Aspekten.
Inhalte	Studierende engagieren sich freiwillig zur Förderung des Gemeinwohls im öffentlichen Raum. Dies kann im In- oder Ausland erfolgen. Tätigkeiten sind z.B. die Mitarbeit in Hochschulgremien (Fachschaft, Fachbereichsrat, Stupa, AStA, Senat der Hochschule, Studienkommission oder Prüfungskommission), die Organisation und Durchführung von studentischen Veranstaltungen und Initiativen, Ehrenämter in der Kommune, Hilfsgütertransporte etc.
Lehrformen	Kleingruppen / Tutorien. Die während des Engagements gewonnenen Erfahrungen werden vor dem Hintergrund während des Studiums erlernter Konzepte kritisch reflektiert.
Lehrveranstaltung/ Lehr- und Lernmethoden	Seminar
Prüfungsformen	Leistungsnachweis
Teilnahmeempfehlungen	
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Leistungsnachweis
Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	

Modulbeschreibung

Bibliographie/Literatur	
--------------------------------	--