

MODULHANDBUCH

MASTERSTUDIENGANG

INTERCULTURAL BUSINESS PSYCHOLOGY

ABSCHLUSS: MASTER OF SCIENCE

Gültig ab dem 1. September 2023 - 31. August 2024

Gültig mit der Fachprüfungsordnung vom 23.03.2023

Inhalt

ALLGEMEINES	1
Studienziele	2
Übersicht über Module und LP in IBP	2
Modulpläne	2
Didaktische Konzepte	3
Berufliche Tätigkeitsfelder	3
PFLICHTMODULE	4
CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: RESEARCH	5
MULTIVARIATE METHODS	7
PSYCHOLOGICAL ASSESSMENT + DECISION MAKING.....	9
ETHICS COLLOQUIUM.....	11
CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: APPLICATION.....	13
EVALUATION	15
DIAGNOSTICS: TEST THEORY + TEST CONSTRUCTION	17
PROJECT MODULE	19
MASTER THESIS	21
WAHLPFLICHTMODULE	23
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1	24
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1.....	26
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2.....	28
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2.....	30

ALLGEMEINES

Modulbeschreibung

Studienziele

- (1) Der Masterstudiengang „Intercultural Business Psychology“ ist ein international ausgerichteter, konsekutiver, englischsprachiger Studiengang.
- (2) Das Ziel des Master-Studiums „Intercultural Business Psychology“ ist es, die in den vorangegangenen Studiengängen erworbenen Kompetenzen durch wissenschaftliches Arbeiten mit hohem Anwendungsbezug zu vertiefen, auf den interkulturellen Kontext anzuwenden, sowie in einem der zwei Schwerpunktbereiche, d.h. Work and Organizational Psychology / Arbeits- und Organisationspsychologie bzw. Market and Consumer Psychology / Markt- und Konsumentenpsychologie, forschungs- und anwendungsorientierte Kenntnisse zu erlangen.
- (3) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt menschliches Erleben und Verhalten in Wirtschaftskontexten in unterschiedlichen Kulturen eigenständig zu analysieren und zu steuern. Ein Schwerpunkt des Masters liegt auf der Vermittlung vertiefender Methoden der Wirtschaftspsychologie, welche Studierende befähigen relevante arbeitspraktische Fähigkeiten evidenzbasiert anzuwenden.
- (4) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt gesellschaftliche und wirtschaftliche Verantwortung im interkulturellen Kontext zu übernehmen. Sie können die eigene kulturelle Prägung und den Umgang mit anderen Kulturen reflektieren und die ethischen Grundlagen von Wirtschaft und Gesellschaft kritisch hinterfragen.
- (5) Nach bestandener Masterprüfung verleiht die Hochschule Hamm-Lippstadt im Studiengang „Intercultural Business Psychology“ den akademischen Grad „Master of Science“ (M. Sc.)

Übersicht über Module und LP in IBP

Semester	Modulbezeichnung	ECTS
SS	Cross-Cultural Psychology: Research	5
SS	Multivariate Methods	5
SS	Psychological Assessment – Decision Making	5
SS	Ethics Colloquium	5
SS/WS	Elective Modules (WOP, MCP)	20
WS	Cross-Cultural Psychology: Application	5
WS	Evaluation	5
WS	Diagnostics: Test Theory + Test Construction	5
WS	Project Module	5
WS/SS	Master's Thesis	30

Modulpläne



Abb. 1: Studienverlaufplan in Vollzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology.

Modulbeschreibung



Abb. 2: Studienverlaufsplan in Teilzeitvariante. CC: Cross-Cultural, WOP: Work and Organizational Psychology, MCP: Market and Consumer Psychology.

Didaktische Konzepte

- Seminar:** Diskursorientierter Unterricht mit Whiteboard, Metaplan-Wand, Flipchart, Referaten, Experimenten, Videosequenzen, Kleingruppenarbeit oder Moderationsmethode.
- Übung:** Interaktiver Übungsunterricht durch gezielte Einbindung der Studierenden zur Erörterung von applikativen Beispielaufgaben sowie ergänzende Diskussion des wirtschaftspsychologischen Anwendungsbezugs.
- Kleingruppe:** Übungsgruppen, die begleitend zu einer Vorlesung oder zu einem Seminar angeboten werden und die Möglichkeit geben, das Gehörte in Kleingruppen anzuwenden und einzuüben.
- Selbststudium:** Angeleitete Selbstlernphase mit Vor- und Nachbereitung, Hausaufgaben oder eLearning.

Berufliche Tätigkeitsfelder

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

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

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

- Arbeits- und Organisationspsychologie (AOP)**
- Arbeits- und Organisationspsycholog*in
 - Personalentwickler*in
 - Personalreferent*in
 - Recruiter
 - Trainer*in, Coach

Markt- und Konsumentenpsychologie (MCP)

- Werbepsycholog*in
- Marktforscher*in
- Meinungsforscher*in
- Kommunikationsmanager*in

Modulbeschreibung

PFLICHTMODULE

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: RESEARCH
Modulkürzel	IBP-M-1-1.01
Modulverantwortliche/r	Claudia Ang-Stein

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können grundlegende Themen der kulturvergleichenden Psychologie in Beziehung setzen und zentrale theoretische und methodische Ansätze kritisch vergleichen, indem sie einschlägige Theorien, Methoden und Befunde kritisch analysieren und eigene Forschungsdesigns präsentieren, als Grundlage für ein vertieftes Verständnis interkultureller Ansatzpunkte der Wirtschaftspsychologie in ihrem jeweiligen Studienschwerpunkt.
Inhalte	Gegenstand des Seminars ist die Analyse menschlichen Erlebens und Verhaltens in kulturellen Überschneidungssituationen. Das Seminar vermittelt psychologische Themen wie z.B. Denken, Emotion, Sprache, Sozialverhalten und Persönlichkeit unter besonderer Berücksichtigung interkultureller Aspekte sowie Methoden interkultureller Forschung, die eigenständig in einem Forschungsprojekt vertieft werden.
Lehrveranstaltung(en)	Cross-cultural Psychology: Research
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Im Seminar wenden die Studierenden systematisch neues Fach- und Methodenwissen an, indem sie ein eigenes Forschungsdesign unter Berücksichtigung kulturvergleichender Besonderheiten entwickeln. Zudem erwerben sie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren ihrer Studienergebnisse in englischer Sprache.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (max. 5.000 Wörter, 2/3 Gewichtung) und Klausur (30 Min., 1/3 Gewichtung, semesterbegleitend), beide Prüfungsteile müssen bestanden werden
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

Modulbeschreibung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Matsumoto, D., & Juang, L. (2022). <i>Culture and Psychology</i> (7th ed.). Boston: Cengage Learning.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	MULTIVARIATE METHODS
Modulkürzel	IBP-M-1-1.02
Modulverantwortliche/r	Anke Weber

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können multivariate statistische Auswertungsverfahren anwenden, indem Sie eigene Untersuchungen zu einem wirtschaftspsychologischen Thema planen und mit einer Statistiksoftware durchführen, um später im Studium wie im Beruf in der Lage zu sein, multivariate Untersuchungen eigenständig planen, durchführen, auswerten und darstellen zu können und so Entscheidungsgrundlagen in der Berufspraxis zu generieren
Inhalte	<p>Gegenstand der Veranstaltung ist die Anwendung multivariater Analysemethoden anhand komplexer Fragestellungen im Bereich interkultureller Wirtschaftspsychologie.</p> <p>Im Seminar erlernen Studierende u.a. Methoden zur Visualisierung von multivariaten Daten, Clusteranalysen, Multiplen linearen Regressionsanalysen und logistischen Regressionsanalysen. Der Schwerpunkt liegt auf der Auseinandersetzung mit multivariaten Analyseverfahren, deren theoretische Fundierung, sowie die Anwendung mit der Statistiksoftware R in einem eigenen ökonomischen Projekt zu einem wirtschaftspsychologischen Thema.</p>
Lehrveranstaltung(en)	Multivariate Methods
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar vermittelt den Studierenden fortgeschrittene quantitativ-methodische Kenntnisse und übt diese Methoden semesterbegleitend unter Zuhilfenahme einer Statistiksoftware. Studierende wenden die erlernten Methoden in einem methodischen Projekt zu einem wirtschaftspsychologischen Thema an.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (ca. 3 Seiten, semesterbegleitend. Abgabe in der Prüfungsphase)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Everitt & Hothorn (2011), An Introduction to Applied Multivariate Analysis with R (Use R), Springer; https://epdf.tips/an-introduction-to-applied-multivariate-analysis-with-r-use-r.html</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbezeichnung	PSYCHOLOGICAL ASSESSMENT + DECISION MAKING
Modulkürzel	IBP-M-1-1.03
Modulverantwortliche/r	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können eine Untersuchung mit Hilfe diagnostischer Methoden selbst planen und durchführen, indem sie die in der Veranstaltung erworbenen theoretischen und praktischen diagnostischen Kenntnisse anwenden. Dies ermöglicht ihnen im Rahmen ihrer späteren berufspraktischen Tätigkeit diagnostische Informationen in der Einzelfall- und Gruppendiagnostik zu sammeln, zu integrieren und darauf basierende Entscheidungen zu treffen und zu vermitteln. Darüber hinaus können sie den Prozess des Einsatzes psychologischer Diagnostik, die Ergebnisse psychologischer Diagnostik sowie deren Nutzen abschätzen.
Inhalte	<p>Gegenstand des Seminars ist die theoretische Reflexion und praktische Anwendung psychologisch-diagnostischer Herangehensweisen und Methoden im Rahmen der Status- und Eigenschaftsdiagnostik sowie der Prozess- und Modifikationsdiagnostik in ausgewählten Anwendungsfeldern der Psychologie mit Schwerpunkt im Bereich der interkulturellen Wirtschaftspsychologie.</p> <p>Im Seminar werden zunächst ausgewählte Kenntnisse verschiedener diagnostischer Methoden (z.B. Ambulantes Assessment, Verhaltensbeobachtung, diagnostische Interviews) erarbeitet bzw. vertieft. Diese Kenntnisse beziehen sich dabei einerseits auf die Erfassung relativ stabiler Ist-Zustände (Status-/Eigenschaftsdiagnostik) und andererseits auf die Erfassung spontaner, unbeeinflusster Verläufe sowie auf solche Veränderungen, die durch Interventionen bedingt sind (Prozess-/Modifikationsdiagnostik).</p> <p>Anhand von (wirtschafts-)psychologischen Fallbeispielen bearbeiten die Studierenden selbstständig kleinere diagnostische Fragestellungen, in deren Rahmen sie sich der geeigneten Operationalisierung zentraler Variablen, der Untersuchungsplanung und -durchführung sowie der Auswertung und -interpretation der diagnostischen Daten widmen. Bei den Fallbeispielen werden auch interkulturelle Aspekte und Herausforderungen bei der Diagnostik (z.B. die Wahl geeigneter Testverfahren) mitberücksichtigt.</p>

Lehrveranstaltung(en)	Psychological Assessment + Decision Making
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar vermittelt den Studierenden fortgeschrittene diagnostisch-methodische Kenntnisse, die Methoden werden semesterbegleitend eingeübt und als Vorbereitung auf die Berufspraxis bzw. die wissenschaftliche Laufbahn im Rahmen eines eigenen Projekts angewendet und gemeinsam kritisch reflektiert.
Prüfungsform(en)	Präsentation (mindestens 20 Minuten, maximal 30 Minuten; Gewichtung: 30%) plus Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter; Gewichtung: 70%)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education (Eds.). (2014). <i>Standards for educational and psychological testing</i> . American Educational Research Association. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	ETHICS COLLOQUIUM
Modulkürzel	IBP-M-1-1.04
Modulverantwortliche/r	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können ethische Theorien sowie Ansätze aus der „Process Thought“-Schule anwenden, indem sie durch Diskussionen und anhand von Fallstudien systematisch und vergleichend aktuelle Probleme der Arbeitswelt und der globalen Wirtschaft analysieren, mögliche Lösungsansätze kritisch hinterfragen und modifizieren, um später aktiv und gestaltend an der Erstellung von Corporate Governance Policies und ethischen Handlungsrichtlinien im Unternehmen mitwirken zu können.
Inhalte	Gegenstand dieses Colloquiums sind philosophische Ansätze, die helfen können, ethische Dilemmata der Gegenwart zu analysieren (z.B. Tugendethik, Deontologische Ansätze, Konsequentialismus, Relativismus). Behandelt werden Themen der Makro-Ebene (Umweltschutz, Nachhaltigkeit) sowie die Ebene der einzelnen Person (Sinn der Arbeit, Lohngerechtigkeit, Konsumgesellschaft). Die Studierenden erlernen den analytischen Ansatz des Process Thinking.
Lehrveranstaltung(en)	Ethics Colloquium
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Studierenden wenden durch Diskussionen und Fallstudien verschiedene ethische Theorien systematisch und vergleichend als Vorbereitung auf die Berufspraxis auf aktuelle Probleme der Arbeitswelt und der Wirtschaft an.
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitende Prüfung (2 Präsentationen à 20 min plus Hausarbeit 5000 Worte). Präsentationen werden nicht bewertet, müssen aber gehalten werden, um die Prüfung antreten zu können.
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung

Modulbeschreibung

Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	CROSS-CULTURAL PSYCHOLOGY: APPLICATION
Modulkürzel	IBP-M-1-2.01
Modulverantwortliche/r	Claudia Ang-Stein

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können zentrale Theorien interkultureller Interaktionen mit Anwendungsfeldern in Beziehung setzen, indem sie diese kritisch reflektieren und auf den eigenen Forschungsschwerpunkt beziehen als Grundlage für ein vertieftes Verständnis interkultureller Ansatzpunkte der Wirtschaftspsychologie im jeweiligen Berufsfeld.
Inhalte	Gegenstand des Seminars sind wirtschaftspsychologische Anwendungsbezüge aus den Feldern der kulturvergleichenden Psychologie, interkulturellen Wirtschaftskommunikation und multikulturellen Psychologie. Das Seminar beschäftigt sich mit angewandten Kulturtheorien, interkulturellen Konzepten von Gesundheit und Kommunikation sowie interkultureller Kompetenzentwicklung, die eigenständig in einem Forschungsprojekt vertieft werden.
Lehrveranstaltung(en)	Cross-cultural Psychology: Application
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Im Seminar reflektieren die Studierenden systematisch und praktisch interkulturelle Erfahrungen mithilfe neuen Fachwissens und übertragen Anwendungsbezüge auf die eigene zukünftige Berufspraxis. Zudem erwerben sie überfachliche Schlüsselkompetenzen durch das Präsentieren und Diskutieren von Selbsterfahrung und Konzepten in englischer Sprache.
Prüfungsform(en)	Übung (15 Stunden, semesterbegleitend) und Projektbearbeitung (max. 7.000 Wörter). Übungen werden nicht bewertet, müssen aber gehalten werden, um die Prüfung antreten zu können.
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

Modulbeschreibung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Matsumoto, D., & Juang, L. (2022). <i>Culture and Psychology</i> (7 th ed.). Boston: Cengage Learning. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	EVALUATION
Modulkürzel	IBP-M-1-2.02
Modulverantwortliche/r	Anke Weber

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können sowohl multivariate statistische Auswertungsverfahren als auch Evaluationsverfahren anwenden, indem sie eine eigene multivariate Untersuchung oder Evaluationsstudie zu einem wirtschaftspsychologischen Thema durchführen, um später in der Lage zu sein mittels angewandter quantitativer Methoden Entscheidungsgrundlagen in ihrem jeweiligen Berufsfeld zu generieren.
Inhalte	<p>Gegenstand der Veranstaltung ist die Anwendung der Evaluationsmethoden, wie sie z.B. in der Finanzmittelvergabe von Internationalen Organisationen und der Europäischen Kommission benutzt werden.</p> <p>Das Seminar fokussiert auf der Auseinandersetzung mit Evaluationsmethoden, Aufbau und Design von Evaluationsstudien sowie Reflexion von Herangehensweisen und Fragestellungen im jeweiligen kulturellen Kontext, z.B. die Einführung in die evidenzbasierte Entscheidungsfindung, Kausalität und Counterfactuals, experimentelle und quasi-experimentelle Designs in der Evaluationsforschung, Datengenerierung und Stichproben, sowie weitere methodische und ethische Aspekte des Evaluationsprozesses. Die Kenntnisse werden in einem eigenen Projekt angewendet.</p>
Lehrveranstaltung(en)	Evaluation
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Im Seminar werden zusammen mit den Studierenden Grundlagen und fortgeschrittene methodische Kenntnisse der Evaluation erarbeitet, die in einem eigenen Evaluationsprojekt als Vorbereitung auf die Berufspraxis angewendet und diskutiert werden.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (ca. 3 Seiten, semesterbegleitend, Abgabe in der Prüfungsphase)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

Modulbeschreibung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Gertler, P. J., Martinez, S., Premand, P., Rawlings, L. B., Vermeersch, C. M. J. (2016). <i>Impact Evaluation in Practice</i> (2nd Edition). Washington, DC: Inter-American Development Bank and World Bank. Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	DIAGNOSTICS: TEST THEORY + TEST CONSTRUCTION
Modulkürzel	IBP-M-1-2.03
Modulverantwortliche/r	Constanze Beierlein

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können State-of-the-art Forschungs- und Analysemethoden der psychologischen Diagnostik auf theoretische und empirische Probleme anwenden, indem sie ihr erlerntes Methodeninventar zum Beispiel zur Entwicklung und Überprüfung interkultureller Erhebungsverfahren nutzen, um in der Berufspraxis die Benutzung geeigneter, valider und reliabler diagnostischer Messverfahren sicher zu stellen.
----------------------------	---

Inhalte	<p>Gegenstand des Seminars ist die Vertiefung von Kenntnissen in klassischer bzw. probabilistischer Testtheorie, neueren Methoden der Testkonstruktion und damit verbundener diagnostischer Entscheidungen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf interkulturellen Methoden im Bereich der psychologischen Diagnostik.</p> <p>Das Seminar baut auf den in psychologischen Bachelorstudiengängen erworbenen Kenntnissen in Testtheorie und Testkonstruktion auf. In dem stärker theoretisch und forschungsmethodisch orientierten Seminar werden neuere methodische Entwicklungen im Bereich der Test- und Fragbogenkonstruktion und –evaluation besprochen. Anhand ausgewählter empirischer Studien und theoretischer Fachbeiträge werden u.a. aktuelle Methoden der Messäquivalenzprüfung im interkulturellen Kontext, der modellbasierten Reliabilitätsschätzung sowie Ansätze zur Kontrolle von Messfehlern und Antwortverzerrungen eingeführt. Über Beispiele und Übungen (z.B. in SPSS oder R) wird ein praktischer Anwendungsbezug Interkultureller Wirtschaftspsychologie hergestellt und gemeinsam im Seminar bearbeitet.</p>
----------------	---

Lehrveranstaltung(en)	Test Theory and Test Construction: Advanced Methods
------------------------------	---

Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar vermittelt fortgeschrittene methodische Kenntnisse und erarbeitet die Anwendung der Methoden semesterbegleitend in Übungen und als Vorbereitung auf die Berufspraxis einem eigenen diagnostischen Projekt.
--	--

Modulbeschreibung

Prüfungsform(en)	Präsentation (mindestens 10 Minuten, maximal 20 Minuten; Gewichtung: 20%) und Hausarbeit (Umfang 5.000 Wörter; Gewichtung: 80%)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	<p>Brown, T. A. (2015). <i>Confirmatory Factor Analysis for Applied Research</i> (2nd Edition). Guilford Press.</p> <p>Davidov, E. Meuleman, B., Ciecuch, J., Schmidt, P.; & Billiet, J. (2014). Measurement Equivalence in Cross-National Research. <i>Annual Review of Sociology</i>, 40, 55-75.</p> <p>Kline, R. B. (2015). <i>Principles and Practice of Structural Equation Modeling</i> (4th Edition). Guilford Press.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.</p>

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	PROJECT MODULE
Modulkürzel	IBP-M-1-2.04
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christina Cramer

ECTS-Punkte	5	Workload gesamt	150h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	120h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können den aktuellen Stand der Forschung zu einem ausgewählten Praxisthema systematisch erarbeiten, einordnen, synthetisieren und kritisch beurteilen und darauf aufbauend einen wissenschaftlichen Problemlöseprozess konzipieren, indem sie eine klar umgrenzte eigene Fragestellung ableiten, in einem größeren Forschungskontext unter Einsatz fachlicher und methodischer Kompetenzen adäquat bearbeiten, auswerten und die Ergebnisse gemäß den fachlich-wissenschaftlichen Standards schriftlich und mündlich präsentieren, um sich auf spätere komplexe Forschungsaufgaben (z.B. Masterarbeit, Praxisprojekt) vorzubereiten.
Inhalte	Gegenstand des Projektmoduls ist ein eigenes anwendungsbezogenes Forschungsprojekt. Dafür werden die konkrete Fragestellung bestimmt, der aktuelle Forschungsstand erarbeitet, die Untersuchungsmethode(n) ausgewählt und beschrieben, eine empirische Untersuchung konzipiert und die Ergebnisse präsentiert. Der gesamte Prozess wird im Rahmen des Seminars begleitet und mit den Seminarteilnehmenden diskutiert.
Lehrveranstaltung(en)	Project Module
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Das Seminar ermöglicht die Vertiefung und den Ausbau fachlicher und methodischer Kompetenzen durch die selbstständige Bearbeitung eines anwendungsbezogenen Forschungsprojektes als Vorbereitung auf eigenständiges Arbeiten in Forschung oder Praxis.
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitende Prüfung: bis zu 5 Einreichungen (ohne Benotung), Präsentation (Dauer 30 Min., Gewichtung 0,3) und Hausarbeit (Umfang 7.000 Wörter, Gewichtung 0,7)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	150h / 30h (2 SWS) / 120h
Teilnahmeempfehlungen	-

Modulbeschreibung

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	5/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	MASTER THESIS
Modulkürzel	IBP-M-1-3.01
Modulverantwortliche/r	Anke Weber

ECTS-Punkte	30	Workload gesamt	900h
SWS	2	Präsenzzeit	30h (2 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	860h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können eine wissenschaftliche Arbeit sprachlich und formal unter Beachtung der wissenschaftlichen Standards gestalten und unter begrenzten zeitlichen Ressourcen anfertigen, indem sie eine psychologische und methodisch fundierte Untersuchung planen, durchführen, auswerten und kritisch hinterfragen, um später eigene fortgeschrittene wissenschaftliche Forschungsarbeiten durchführen zu können.
Inhalte	Die Studierenden bearbeiten unter Anleitung ein Problem in einem Spezialgebiet der Interkulturellen Wirtschaftspsychologie mit klarem interkulturellem Bezug mit den Standardmethoden des Faches. In dem zugehörigen Colloquium erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihre Arbeit und ihre Arbeitsweise zu präsentieren und zu reflektieren.
Lehrveranstaltung(en)	Colloquium
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Durch die selbstständige psychologische und methodisch fundierte Untersuchung erweitern und vertiefen die Studierenden ihre fachlichen und methodischen Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten.
Prüfungsform(en)	Die Prüfung besteht aus einem schriftlichen und mündlichen Teil. Schriftlicher Teil: Masterarbeit (in Englisch), Bearbeitungsdauer: 6 Monate Mündlicher Teil: Präsentation und Diskussion der Arbeit (30 Minuten) Gewichtung: 8/10 (schriftlich), 2/10 (mündlich)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	Master-Thesis (840h / - / 840h) Colloquium (60h / 30h / 30h)
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	30/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)

Modulbeschreibung

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

WAHLPFLICHTMODULE

Modulbezeichnung	WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1
Modulkürzel	IBP-M-1-1.05
Modulverantwortliche/r	Birgit Kleymann

ECTS-Punkte	10	Workload gesamt	300h
SWS	4	Präsenzzeit	60h (4 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	240h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können dynamische, hochkomplexe soziale Systeme und ihre Entwicklung klassifizieren und kritisch vergleichen, indem sie anhand von Fallstudien aus verschiedenen Kulturräumen erörtern, wie sich Organisationen erfolgreich – oder auch erfolglos – in komplexen Umfeldern verhalten, um später diese konzeptuellen Werkzeuge im Bereich der Organisationsberatung anwenden zu können.
Inhalte	<p>Das forschungsorientierte Seminar beschäftigt sich mit der Analyse von dynamischen sozialen Systemen wie Organisationen, Allianzen, Staaten und Staatengemeinschaften. Die vorgestellten Ansätze stammen aus der neueren Organisationstheorie (Strategy-As-Practice) der Soziologie (z.B. Luhmann's Autopoiesis-Ansatz), Process Thought (Whitehead) und Complex Systems Theory (Stacey et al.).</p> <p>Im praxisorientierten Seminar "Case Studies in Organisational Complexity" wird anhand von Fallstudien aus unterschiedlichen Kulturräumen erörtert, wie sich Organisationen erfolgreich – oder auch erfolglos – in komplexen Umfeldern verhalten und Interventionsmöglichkeiten aufgezeigt. Hier werden die spezifischen Aufgabengebiete für Wirtschaftspsychologen im Bereich der Organisationsberatung und -entwicklung praktisch erkundet.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Organisations in Hyperdynamic Environments [Research-oriented Seminar]</p> <p>Case Studies in Organizational Complexity [Practice-oriented Seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten anhand von Fallstudienarbeit auf die Berufspraxis vor.
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitende Prüfung (3 Präsentationen à 20 min plus Hausarbeit 5000 Worte). Präsentationen werden nicht bewertet, müssen aber gehalten werden, um die Prüfung antreten zu können.
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h

Modulbeschreibung

Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1
Modulkürzel	IBP-M-1-1.06
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christina Cramer

ECTS-Punkte	10	Workload gesamt	300h
SWS	4	Präsenzzeit	60h (4 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	240h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden verstehen und analysieren Interaktionen zwischen Anbieter*innen und Kund*innen als dynamische Beziehungen, indem sie die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich des Relationship Marketings sowie angrenzender Themen einordnen, kritisch bewerten und auf konkrete forschungs- und praxisorientierte Aufgabenstellungen anwenden. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsycholog*innen im Bereich Marketing, Customer Relations und Marktforschung und reflektieren eigene berufliche Perspektiven.
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar werden grundlegende Konzepte und Modelle im Bereich des Relationship Marketings und angrenzender Themen erarbeitet, um das Verhalten von Anbieter*innen und Kund*innen auf Konsumgütermärkten besser erklären zu können. Dabei steht ein umfassendes Marketingverständnis im Sinne einer beziehungsorientierten Unternehmensstrategie im Mittelpunkt.</p> <p>Darüber hinaus gewinnen die Studierenden einen Überblick über den Stand der empirischen Forschung in diesem Themengebiet. Vor dem Hintergrund internationaler Marktentwicklungen werden dabei auch interkulturelle Fragestellungen diskutiert.</p> <p>Das praxisorientierte Seminar begleitet und vertieft diese Themenschwerpunkte anwendungsorientiert. Hierbei werden auch spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsycholog*innen im Bereich des Marktmanagements erkundet. Den Studierenden wird so Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Market and Consumer Psychology I [research-oriented seminar]</p> <p>Advanced Market and Consumer Psychology I [practice-oriented seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare bereiten die Studierenden auf die Berufspraxis vor, indem sie mittels blended learning fachliche und methodische Kompetenzen im Studienschwerpunkt erweitern und vertiefen.

Modulbeschreibung

Prüfungsform(en)	Präsentation (semesterbegleitend; Dauer 30 Min, Gewichtung 0,5) plus Klausur (Dauer 60 min, Gewichtung 0,5)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.

Modulbezeichnung	WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2
Modulkürzel	IBP-M-1-2.05
Modulverantwortliche/r	Youlia Spivak

ECTS-Punkte	10	Workload gesamt	300h
SWS	4	Präsenzzeit	60h (4 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	240h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden können die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich Arbeits- und Personalpsychologie kritisch bewerten und praktisch anwenden, indem sie sich in verschiedenen Themen einarbeiten, dazu Referate halten sowie Trainingskonzepte entwickeln für Personalentwicklung vor allem im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements und psychologischer Gefährdungsbeurteilung, um eigene berufliche Perspektiven im Human Resource Management zu reflektieren und später in der Lage zu sein in ihrem Berufsfeld entsprechende Instrumente der Personalentwicklung zu konzipieren und anzuwenden.
Inhalte	<p>Das forschungsorientierte Seminar wird sich mit vertiefenden Themen der Arbeits- und Personalpsychologie beschäftigen, insbesondere mit der Gesundheit und dem Wohlbefinden von Individuen in Organisationen, d.h. Stress und Strain, betriebliche Gesundheitsförderung, Coaching, Work-Life-Balance. Darüber hinaus werden zentrale Themen des Gesundheitsmanagements und psychologischer Gefährdungsbeurteilung und Entwicklung und Evaluation von Trainings behandelt.</p> <p>Diese Themen werden im praxisorientierten Seminar in Lehrforschungsprojekten oder in Form von Praxisprojekten (z.B. die Entwicklung und Durchführung von Trainings in Unternehmen) bearbeitet. Des Weiteren wird der Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen auf die Arbeits- und Berufswelt thematisiert. Damit werden die spezifischen Aufgabenfelder für Interkulturelle Wirtschaftspsycholog*innen im Human Resource Management praktisch erkundet. Den Studierenden wird Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Work and Personnel Psychology [Research-oriented Seminar]</p> <p>Advanced Work and Personnel Psychology [Practice-oriented Seminar]</p>

Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare erweitern und vertiefen fachliche und methodische Kenntnisse im jeweiligen Studienschwerpunkt und bereiten in studentischen Kleinprojekten auf die Berufspraxis vor.
Prüfungsform(en)	Hausarbeit (semesterbegleitend, Abgabe in der letzten Woche der Klausurphase, ca. 15 Seiten, Gewichtung ½ der Note) und Präsentation (max. 45 Min. Gewichtung; ½ der Note)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Clarke, S, Probst, T., Guldenmund, F., & Passmore, J. (2016). <i>The Wiley Blackwell Handbook of the Psychology of Occupational Safety and Workplace Health</i> , Wiley Blackwell. Cunningham C., & Black J. (2021). <i>Essentials of occupational health psychology</i> . Routledge

Modulbezeichnung	MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2
Modulkürzel	IBP-M-1-2.06
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christina Cramer

ECTS-Punkte	10	Workload gesamt	300h
SWS	4	Präsenzzeit	60h (4 SWS)
Sprache	Englisch	Selbststudienzeit	240h

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

Qualifikationsziele	Die Studierenden verstehen und analysieren Interaktionen zwischen Anbietern und Kunden aus dem Blickwinkel der sog. Service Logic, indem sie die theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung im Bereich des Dienstleistungsmanagements sowie angrenzender Themen einordnen, kritisch bewerten und auf konkrete forschungs- und praxisorientierte Aufgabenstellungen anwenden. Damit erproben die Studierenden spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsycholog*innen im Bereich Dienstleistungsmanagement, Marketing und Marktforschung und reflektieren eigene berufliche Perspektiven.
Inhalte	<p>Im forschungsorientierten Seminar werden grundlegende Konzepte und Modelle im Bereich des Dienstleistungsmanagements und angrenzender Themen erarbeitet, um das Verhalten von Anbietern und Kunden auf Konsumgütermärkten besser erklären zu können. Dabei steht die sog. Service Logic im Mittelpunkt. Darüber hinaus gewinnen die Studierenden einen Überblick über den Stand der empirischen Forschung in diesem Themengebiet. Vor dem Hintergrund internationaler Marktentwicklungen werden dabei auch interkulturelle Fragestellungen reflektiert.</p> <p>Das praxisorientierte Seminar begleitet und vertieft diese Themenschwerpunkte anwendungsorientiert. Hierbei werden auch spezifische Aufgabenfelder für Wirtschaftspsycholog*innen im Bereich des Dienstleistungsmanagements erkundet. Den Studierenden wird so Raum gegeben, die Inhalte auf Passfähigkeit mit eigenen Interessen und Kompetenzen zu prüfen.</p>
Lehrveranstaltung(en)	<p>Advanced Market and Consumer Psychology II [research-oriented seminar]</p> <p>Advanced Market and Consumer Psychology II [practice-oriented seminar]</p>
Lehrformen/Lehr- und Lernmethoden	Die Seminare bereiten die Studierenden auf die Berufspraxis vor, indem sie mittels blended learning fachliche und methodische Kompetenzen im Studienschwerpunkt erweitern und vertiefen.

Modulbeschreibung

Prüfungsform(en)	Präsentation (semesterbegleitend; Dauer 30 Min, Gewichtung 0,5) plus Klausur (Dauer 60 min, Gewichtung 0,5)
Workload / Präsenzzeit / Selbststudienzeit	300h / 60h (4 SWS) / 240h
Teilnahmeempfehlungen	-
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten	Bestandene Modulprüfung
Stellenwert der Note für die Endnote	10/90 der Gesamtnote (1-fache Gewichtung)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	-
Bibliographie/Literatur	Literatur wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.