



**MODULHANDBUCH**  
**Wirtschaftspsychologie (WP)**  
**(WP-B)**

Stand: 20.04.2026

Studien- und Prüfungsordnung 20241

## Modulhandbuch WP-B

### Inhaltsverzeichnis

Erster Studienabschnitt.....	4
1. Semester.....	4
WP-01: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.....	5
WP-02: Privatrecht.....	7
WP-03: Allgemeine Psychologie.....	9
WP-04: Sozialpsychologie.....	11
WP-05: Wirtschaftsmathematik.....	13
WP-06: Methoden und Sozialkompetenz.....	15
2. Semester.....	19
WP-07: Rechnungswesen.....	20
WP-08: Volkswirtschaftslehre.....	21
WP-09: Einführung in die Wirtschaftspsychologie.....	23
WP-10: Statistik.....	25
WP-11: Management und Innovation.....	26
Zweiter Studienabschnitt.....	29
3. Semester.....	29
WP-12: Konsumentenpsychologie und Marketing.....	30
WP-13: Investition und Finanzierung.....	32
WP-14: Arbeits- und Organisationspsychologie.....	33
WP-15: Ethik.....	34
WP-16: Empirische Sozialforschung.....	36
4. Semester.....	38
WP-17: Personalmanagement und Organisation.....	39
WP-18: Strategische Unternehmensführung.....	41
WP-19: Wirtschaftsrecht.....	42
WP-20: Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik.....	43
WP-21: Digital Work.....	45
5. Semester.....	48
WP-22: Betriebspraktisches Studiensemester.....	49
6. Semester.....	50
WP-23: International Business Project.....	51
WP-24: Wirtschaftspsychologisches Projekt.....	52
WP-25: People and Organisations (HROD1).....	53
WP-26: Business and Management (HROD2).....	58
WP-27: Risk Management (HROD3).....	61
WP-28: Evidence Based Management (MOM1).....	63
WP-29: Vertriebsmanagement (MOM2).....	67
WP-30: Markt- und Werbepsychologie (MOM3).....	71
7. Semester.....	74
WP-31: Wahlpflichtfächer.....	75
WP-32: Bachelor-Thesis.....	75



# Erster Studienabschnitt

## 1. Semester

WP-01: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

WP-02: Privatrecht

WP-03: Allgemeine Psychologie

WP-04: Sozialpsychologie

WP-05: Wirtschaftsmathematik

WP-06: Methoden und Sozialkompetenz

## WP-01: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Mathematische Grundkenntnisse
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	Die Studierenden erhalten einen Überblick über betriebswirtschaftliche Grundfunktionen und die Rolle der Betriebswirtschaftslehre innerhalb der Wirtschaftswissenschaften. Das Unternehmen als Gegenstandsbereich der Betriebswirtschaftslehre soll in seinen Wechselwirkungen zu anderen Akteuren dargestellt und als Teil der Gesellschaft begriffen werden. Dieses Modul dient auch der Ausbildung personaler Eigenschaften wie die Fähigkeit zu einem selbständigen, kritischen und vernetzten Denken.
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 60,00 h Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h Workload: 150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Matthias Graumann
<b>Empfohlenes Semester</b>	1. Semester
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester
<b>Verwendbarkeit</b>	Betriebswirtschaft (Bachelor) Betriebswirtschaft/Logistik und Handel (Bachelor) Medientechnik/Wirtschaft plus (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik plus (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0101
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	- Begriffliche und methodische Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre - Unternehmen und Umwelt, Typologien des Unternehmens - Finanzprozesse: Finanzierungsformen, Grundlagen der Finanzanalyse, Finanzplanung, Investition - Leistungsprozesse: Beschaffungsplanung, Produktion, Marketing - Führungsprozesse: Organisation, Personal, Management
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	Thommen, J. P./Achleitner, A.-K. u.a. (2020): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 9. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.

	<p>Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G. (2020): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Aufl., Vahlen, München.</p> <p>Schierenbeck, H./Wöhle, C. B. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., de Gruyter, Berlin.</p>
--	--

## WP-02: Privatrecht

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Grundkenntnisse der Staatsorganisation in der Bundesrepublik Deutschland, Grundkenntnisse der Wirtschaftsverfassung	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung	
<b>Lernziele</b>	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden: - die Grundlagen der Rechtsordnung in der Bundesrepublik Deutschland beschreiben - die Grundbegriffe und Prinzipien des Privatrechts, insbesondere des Vertragsrechts und der Eigentumsordnung verstehen - selbständige Beurteilungen einfacher Rechtsprobleme in der betrieblichen Praxis durchführen - die juristische Methode verstehen und die Zusammenhänge mit privatrechtlichen Sondermaterien erkennen	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. iur. Oliver Schäfer	
<b>Empfohlenes Semester</b>	1. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Betriebswirtschaft (Bachelor) Betriebswirtschaft/Logistik und Handel (Bachelor) Medientechnik/Wirtschaft plus (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik plus (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Privatrecht</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0103
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	- Einführung in die juristische Fachsprache und Methodik, juristische Arbeitstechniken und wissenschaftliche Methoden - Grundstrukturen der Rechtsordnung: Einordnung des Rechtsrahmens, Rechtsdurchsetzung - Grundbegriffe des Privatrechts - Zustandekommen von Verträgen, fehlerhafte Verträge, Stellvertretung, Inhalt von Verträgen - Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen - Vertragsschluss und Verbraucherschutz im Internet - Leistungsstörungen und Gewährleistung, Schadensersatz

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unerlaubte Handlungen: Grundtatbestände</li> <li>- Besonderes Schuldrecht: Grundtypen von Verträgen</li> <li>- Sachenrecht: Eigentum, Sicherungsrechte, Immobiliarsachenrecht</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Brox, H., Walker, W.-D. (2019): Allgemeines Schuldrecht, 43. Auflage, C. H. Beck, München</p> <p>Müssig, P. (2019): Wirtschaftsprivatrecht, 21. Auflage, C. F. Müller, Heidelberg</p> <p>Eisenhardt, U. (2018): Einführung in das Bürgerliche Recht, 7. Auflage, UTB, Stuttgart</p> <p>Stadler, A. (2017): Allgemeiner Teil des BGB, 19. Auflage, C. H. Beck, München</p> <p>Beck Online, <a href="http://www.beck-online.beck.de">www.beck-online.beck.de</a></p>

## WP-03: Allgemeine Psychologie

Empfohlene Vorkenntnisse	
Lehrform	Vorlesung/Übung
Lernziele	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden: - die Grundlagen der Allgemeinen und Biologischen Psychologie ausführlich beschreiben - psychologische Inhalte und Fragestellungen strukturieren sowie Ergebnisse empirischer Studien interpretieren - die grundlegenden Phänomene der Psychologie beschreiben und diese auf Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie übertragen
Dauer	1 Semester
SWS	4 SWS
Aufwand	Lehrveranstaltung: 60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h
	Workload: 150,00 h
ECTS	5,00 ECTS
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K90)
Modulverantwortung	Dr. Grégory Bartel
Empfohlenes Semester	1. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

LEHRVERANSTALTUNG: Allgemeine Psychologie	
Art	Vorlesung
Nr.	W0376
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	- Einführung in Geschichte und Methodik der Psychologie - Neurowissenschaft und Verhalten - Wahrnehmung: Sinnesorgane, Organisation und Interpretation - Bewusstsein, Lernen und Gedächtnis - Denken und Sprache - Urteilen, Entscheiden und Problemlösen - Motivation und Emotion - Handlungsplanung und -ausführung
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	- Birbaumer, N. & Schmidt, R.F. (2018) Biologische Psychologie, Heidelberg, Springer. - Gerrig, R.J. & Zimbardo, P.G. (2018) Psychologie, München, Pearson. - Myers, D.G. (2014) Psychologie, Heidelberg, Springer. - Müsseler, J. (2016) Allgemeine Psychologie, Heidelberg, Spektrum. - Strobach, T. & Wendt, M. (2019) Allgemeine Psychologie, Wiesbaden, Springer.



## WP-04: Sozialpsychologie

Empfohlene Vorkenntnisse	
Lehrform	Vorlesung/Übung
Lernziele	The purpose of this lecture is to introduce students to social psychology as a basic psychological discipline. Students become acquainted with relevant topics and classic studies of the field as well as with their practical implications. They are equipped to reflect on human behavior in social interactions and institutions and can refer to theories in social psychology to describe, understand, and influence individual behavior and group processes.
Dauer	1 Semester
SWS	4 SWS
Aufwand	Lehrveranstaltung: 60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h
	Workload: 150,00 h
ECTS	5,00 ECTS
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K90)
Modulverantwortung	Dr. Stephanie Simon
Empfohlenes Semester	1. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Sozialpsychologie</b>	
Art	Vorlesung/Übung
Nr.	W0377
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Sozialpsychologie</li> <li>- Soziale Wahrnehmung und soziale Kompetenz</li> <li>- Soziale Einstellungen, sozialer Einfluss, soziale Vergleiche</li> <li>- Attraktivität und Beziehungen</li> <li>- Vorurteile, Stereotype und Aggression</li> <li>- Selbstkonzept und soziale Identität</li> <li>- Prosoziales Verhalten und Gerechtigkeit</li> <li>- Psychologie der Gruppe, Massenpsychologie, Rollentheorien</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aronson, E., Wilson, T. &amp; Akert, R. (2014), Sozialpsychologie, München, Pearson.</li> <li>- Fischer, P., Jander, K. &amp; Krueger, J. (2018) Sozialpsychologie für Bachelor, Heidelberg, Springer.</li> <li>- Jonas, K., Stroebe, W. et al. (2014), Sozialpsychologie, Heidelberg, Springer.</li> <li>- Kessler, T. &amp; Fritsche, I. (2017), Sozialpsychologie, Heidelberg, Springer.</li> </ul>

	- Garms-Homolova, V., (2020), Sozialpsychologie der Einstellungen und Urteilsbildung, Wiesbaden, Springer.
--	--

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Social Psychology - englisch</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	W0377E
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction to social psychology</li> <li>- Social awareness and social competence</li> <li>- Social attitudes, social influence, social comparisons</li> <li>- Attractiveness and relationships</li> <li>- Prejudice, stereotypes and aggression</li> <li>- Self-concept and social identity</li> <li>- Prosocial behavior and justice</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aronson, E., Wilson, T. &amp; Akert, R. (2014), Sozialpsychologie, München, Pearson.</li> <li>- Fischer, P., Jander, K. &amp; Krueger, J. (2018) Sozialpsychologie für Bachelor, Heidelberg, Springer.</li> <li>- Jonas, K., Stroebe, W. et al. (2014), Sozialpsychologie, Heidelberg, Springer.</li> <li>- Kessler, T. &amp; Fritsche, I. (2017), Sozialpsychologie, Heidelberg, Springer.</li> <li>- Garms-Homolova, V., (2020), Sozialpsychologie der Einstellungen und Urteilsbildung, Wiesbaden, Springer.</li> </ul>

## WP-05: Wirtschaftsmathematik

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Mathematische Grundkenntnisse
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden: - das mathematische Grundlagenwissen für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium vorweisen - Abstraktionsvermögen, Methoden- und Problemlösungskompetenz sowie analytische Fähigkeiten verbessern - die grundlegenden mathematischen Methoden darstellen und diese anhand von betriebsnahen Fallbeispielen sicher anwenden - Software zu Lösungszwecken nutzen
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 60,00 h Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h Workload: 150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. rer. nat. Saracsan, Dragos
<b>Empfohlenes Semester</b>	1. Semester
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester
<b>Verwendbarkeit</b>	Betriebswirtschaft (Bachelor) Betriebswirtschaft/Logistik und Handel (Bachelor) Medientechnik/Wirtschaft plus (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Wirtschaftsmathematik</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0102
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	- Mengen und Logik: Mengenlehre, Zahlenmengen, logische Ausdrücke und Schlüsse - Elementare Algebra und Analysis (inkl. Summen- und Produktzeichen, Binomialkoeffizienten, arithmetische und geometrische Reihen) - Finanzmathematik (Verzinsung, Abschreibung, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung, Korrekturfaktoren für unterjährige Zinsberechnung, Anwendungen) - Lineare Algebra (Matrizen- und Vektorrechnung, lineare Unabhängigkeit, inverse Matrix, Lösbarkeit und Lösung linearer Gleichungssysteme, Anwendungen) - Lineare Optimierung (Aufgabenstellung, Simplexverfahren, Anwendungen) - Differentialrechnung (Folgen und Reihen, Grenzwerte, Ableitung,

	Extremwertaufgaben, Ableitung bei Funktionen mehrerer Veränderlicher und zugehörige Optimierungsaufgaben, Anwendungen) - Einführung in die Integralrechnung (unbestimmtes und bestimmtes Integral, Integrationsmethoden, Anwendungen)
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	Skript mit Übungen Kemnitz, A. (2019): Mathematik zum Studienbeginn, 12., erw. Aufl., Springer Spektrum, Wiesbaden Tietze, J. (2019): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 18., erw. Aufl., Springer Spektrum, Wiesbaden Arrenberg, J. (2015): Finanzmathematik: Lehrbuch mit Übungen, 3., aktual. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, Berlin Mückenheim, W. (2015): Mathematik für die ersten Semester, 4. Aufl., De Gruyter, Berlin Schwarze, J. (2015): Aufgabensammlung zur Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. 7., vollst. überarb. Aufl., NWB Verlag, Herne/Berlin Auer, B./ Seitz, F. (2013): Grundkurs Wirtschaftsmathematik: prüfungsrelevantes Wissen, praxisnahe Aufgaben, komplette Lösungswege, 4., überarb. Aufl., Gabler, Wiesbaden Schwarze, J. (2011): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler 1: Grundlagen, 13., vollst. überarb. Aufl., NWB Verlag, Herne/Berlin Schwarze, J. (2011): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler 2: Differential- und Integralrechnung, 13., vollst. überarb. Aufl., NWB-Verlag, Herne/Berlin Schwarze, J. (2011): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler 3: Lineare Algebra, Lineare Optimierung und Graphentheorie, 13., vollst. überarb. Aufl., NWB Verlag, Herne/Berlin

## WP-06: Methoden und Sozialkompetenz

Empfohlene Vorkenntnisse	
Lehrform	Seminar
Lernziele	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wissenschaftliche Arbeitstechniken beschreiben und anwenden</li> <li>- Vorträge und Präsentationen (schriftlich und mündlich) bis zum selbständigen Halten eines Vortrages erarbeiten</li> <li>- Sozialkompetenzkenntnisse in Bezug auf deren Anwendung in unternehmerischen, arbeitsmarktbezogenen und interkulturellen Zusammenhängen vorweisen</li> <li>- The purpose of the seminar Social and intercultural competence is to develop and improve students' social competence and to sensitize them to diversity in general and to cultural differences in particular. This enables them to reflect their own cultural identities and to interact respectfully and successfully with persons of different cultural backgrounds. Teaching methods include lecture-style presentations, group exercises, and self-reflection in order to encourage personal, in-depth dealing with the concepts of the seminar</li> </ul>
Dauer	1 Semester
SWS	4 SWS
Aufwand	Lehrveranstaltung: 60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 120,00 h
	Workload: 180,00 h
ECTS	6,00 ECTS
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Praktische Arbeit und Referat (PA+RE)
Modulverantwortung	Dr. Stephanie Simon
Empfohlenes Semester	1. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (Bachelor) Betriebswirtschaft Logistik und Handel (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Wissenschaftliches Arbeiten</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0105
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Die Lernenden eignen sich die notwendigen methodischen Kenntnisse und Fertigkeiten an, um wissenschaftliche Texte vorzubereiten und zu verfassen. Die Lernenden sind in der Lage, diese Kompetenzen auf ein selbst zu wählendes Thema zu übertragen. Dabei eignen sie sich in der Recherche die kriteriengeleitete Bewertung, Auswahl und Zitation von wissenschaftlichen Originalquellen an. Die Prozesshaftigkeit wissenschaftlichen Arbeitens wird den Lernenden durch die Abgabe der

	Gliederung, einer Vorabversion bis zur finalen Abgabe eigenartig bewusst. Die Ausdifferenzierung von reflexivem Handlungs- und Orientierungswissen wird durch konstruktives Feedback des Lehrenden unterstützt.
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	Sandberg, Berit, 2017. Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Berlin: De Gruyter-Verlag Weber, Daniela, 2015. Wissenschaftlich Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Weinheim: Wiley-Verlag Ebster, Claus und Stalzer, Lieselotte, 2013. Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 4., überarbeitete Auflage. Wien: Facultas-Verlag Kornmeier, Martin, 2007. Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physika-Verlag Theisen, Rene Manuel, 2021: Wissenschaftliches Arbeiten, 18. Auflage, Vahlen-Verlag. Oehlich, Marcus, 2019: Wissenschaftliches Arbeiten, 2. Auflage, SpringerGabler.

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Soziale und interkulturelle Kompetenz</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0106
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<p>Verbesserung der interkulturellen Kompetenz, durch Schärfung des Bewusstseins für interkulturelle Unterschiede global agierender Marktteilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Kompetenzen und Einordnung der Sozialkompetenz</li> <li>- Kernkompetenzen im (Arbeits-)Leben</li> <li>- Bin ich sozialkompetent und wie kann Sozialkompetenz gefördert werden?</li> <li>- Was sind interkulturelle Unterschiede?</li> <li>- Berufliche Handlungskompetenz für interkulturelle Begegnungen</li> <li>- Sensibilisierung für die Bedeutung kultureller Einflüsse</li> <li>- Interkulturelle Lernspirale als Grundlage zur Verbesserung der eigenen Kompetenz</li> <li>- Ausbau der Ambiguitätstoleranz</li> <li>- Kritischen Reflexion und Stärkung der Fähigkeit zur Selbstreflexion</li> <li>- Praktische Übungen mit Reflexion und Feedback</li> <li>- Auswertung kulturell bedingter Konfliktsituationen</li> <li>- Bearbeitung von Fallbeispielen durch Kleingruppen, Ergebnissammlung, Diskussion</li> <li>- Grundlagenwissen zu ausgewählten Themengebieten wie Einordnung des Kulturbegriffs, Kulturdimensionen, Kulturunterschiede und dessen Auswirkungen</li> <li>- Wie können sich zukünftige Expats auf einen Auslandseinsatz vorbereiten und was müssen sie vor ihrer Abreise wissen?</li> <li>- Kommunikation bei interkulturellen Begegnungen</li> </ul>

<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Standardwerke, Internet, Skript</p> <p>Watzlawick, Paul, Janet H. Beavin und Don D. Jackson, 2017. Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien. 13., unveränderte Auflage. Bern: Hogrefe Verlag.</p> <p>Müller, Stefan und Katja Gelbrich, 2015. Interkulturelles Marketing. 2., vollständig überarbeitete Auflage. München: Vahlen Verlag.</p> <p>Schulz von Thun, Friedemann, 2014. Miteinander reden 1-4: Störungen und Klärungen / Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung / Das "Innere Team" und situationsgerechte Kommunikation / Fragen und Antworten. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag.</p> <p>Schugk, Michael, 2014. Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft: Grundlagen und Interkulturelle Kompetenz für Marketing und Vertrieb. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. München: Vahlen Verlag.</p> <p>Hiller, Gundula-Gwenn und Stefanie Vogler-Lipp, 2010. Schlüsselqualifikation Interkulturelle Kompetenz an Hochschulen: Grundlagen, Konzepte, Methoden (Key Competences for Higher Education and Employability). 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Handschuck, Sabine und Willy Klawe, 2010. Interkulturelle Verständigung in der Sozialen Arbeit: Ein Erfahrungs-, Lern- und Übungsprogramm zum Erwerb interkultureller Kompetenz. 3. Auflage. Weinheim: Beltz Verlage.</p> <p>Mehrabian, Albert, 1972. Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes. 1. Auflage. Belmont: Wadsworth Publishing Company.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Social and intercultural competence - englisch</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	W0106E
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- What"s in the term "competence"?</li> <li>- Social, emotional and behavioral skills</li> <li>- Diversity (categories of diversity, theoretical models)</li> <li>- Culture (possible meanings of the term, cultural dimensions and values, theoretical models)</li> <li>- Intercultural competence</li> <li>- Practical considerations, e.g. preparation for potential travels and stays abroad</li> <li>- Diversity-conscious communication</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Standardwerke, Internet, Skript</li> <li>- Watzlawick, P., Beavin J., &amp; Jackson, D., (2017), Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien, 13. Aufl., Bern, Hogrefe Verlag.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Müller, S., &amp; Gelbrich, K., (2015), Interkulturelles Marketing, 2. Aufl., München, Vahlen Verlag.</li><li>- Schulz von Thun, F., (2014), Miteinander reden 1-4: Störungen und Klärungen / Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung / Das "Innere Team" und situationsgerechte Kommunikation / Fragen und Antworten, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt Verlag.</li><li>- Schugk, M., (2014), Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft: Grundlagen und Interkulturelle Kompetenz für Marketing und Vertrieb, 2. erweiterte Aufl., München, Vahlen Verlag.</li><li>- Hiller, G., &amp; Vogler-Lipp, S., (2010), Schlüsselqualifikation Interkulturelle Kompetenz an Hochschulen: Grundlagen, Konzepte, Methoden (Key Competences for Higher Education and Employability), 1. Aufl., Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.</li><li>- Handschuck, S., &amp; Willy Klawe, (2010), Interkulturelle Verständigung in der Sozialen Arbeit: Ein Erfahrungs-, Lern- und Übungsprogramm zum Erwerb interkultureller Kompetenz, 3. Aufl., Weinheim, Beltz Verlage.</li></ul>
--	---

## 2. Semester

WP-07: Rechnungswesen

WP-08: Volkswirtschaftslehre

WP-09: Einführung in die Wirtschaftspsychologie

WP-10: Statistik

WP-11: Management und Innovation

## WP-07: Rechnungswesen

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Mathematische Grundkenntnisse, betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- den Begriff Rechnungswesen und weitere grundlegende Begriffe erklären und die Teilbereiche abgrenzen</li> <li>- die grundlegende Technik des betrieblichen Rechnungswesens anwenden und Geschäftsvorfälle systematisch in die Buchführung einordnen, verbuchen und deren Wirkung auf den Jahresabschluss beschreiben</li> <li>- die Geschäftsvorfälle buchungstechnisch in die Bilanz und in das Gewinn- und Verlustkonto zusammen führen</li> <li>- die grundlegenden Regelungen der Bilanzierung und grundsätzliche, den Geschäftsvorfällen zugrundeliegende Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung benennen, zuordnen und erläutern</li> <li>- die Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung, in Abgrenzung zum externen Rechnungswesen, beschreiben, und die Kosten- und Leistungsrechnung in ihren verschiedenen Perspektiven abgrenzen und auf konkrete Sachverhalte anwenden</li> <li>- Know-how vorweisen, das neben der theoretischen Wissensvermittlung der "klassischen" Themenfelder der Kosten- und Leistungsrechnung auch den Aufbau einer umfassenden praxisbezogenen Expertise umfasst</li> </ul>
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h
	Workload: 150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. rer. pol. Thilo Seyfriedt
<b>Empfohlenes Semester</b>	2. Semester
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Rechnungswesen</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0405
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einordnung des Rechnungswesens in die Unternehmung</li> <li>- Begriffliche Grundlagen: Abgrenzung Strom- und Bestandsgrößen, Buchführungspflicht, Bilanz, Inventur und Inventar, erfolgsneutrale und erfolgswirksame Buchungen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende Buchungstechnik, Verbuchung gängiger Geschäftsvorfälle im Unternehmen, Vorbereitung und Erstellung des Jahresabschlusses (Abschreibungen in Anlage- und Umlaufvermögen, RAP und Rückstellungen)</li> <li>- Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung und Bilanzierung</li> <li>- Bilanzierung und Jahresabschlusses, inkl. Finanzberichterstattung: Ansatz, Bewertung und Ausweis auf der Aktiv- und Passivseite der Bilanz, GuV-Rechnung, Anhang, Lagebericht</li> <li>- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, -Kostenträgerrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis</li> <li>- Ausblick Controlling</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Jeweils in der aktuellen Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weber/Weißenberger (2021), Einführung in das Rechnungswesen: Bilanzierung und Kostenrechnung, Stuttgart, Schäffer-Pöschel.</li> <li>- Wöltje (2017), Schnelleinstieg Rechnungswesen, Freiburg/München/Stuttgart, Haufe.</li> <li>- Schulz, Volker (2017), Basiswissen Rechnungswesen: Buchführung, Bilanzierung, Kostenrechnung, Controlling, München, dtv.</li> </ul>

## WP-08: Volkswirtschaftslehre

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Mathematische Grundkenntnisse
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wissenschaftlichen Grundlagen der Volkswirtschaftslehre mit Schwerpunkt auf mikro- und makroökonomische Fragestellungen beschreiben</li> <li>- mikroökonomische Grundkenntnisse, insbesondere zu Preisbildung, Funktionsfähigkeit von Märkten und ökonomischen Entscheidungen von Haushalten, Unternehmen sowie Staat vorweisen</li> <li>- ein Verständnis für gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge und wirtschaftspolitische Entscheidungen demonstrieren</li> <li>- grundlegende volkswirtschaftliche Methoden und Modelle zur Analyse und Lösung mikro- und makroökonomischer Problemstellungen beherrschen</li> <li>- durch Integration von aktuellen volkswirtschaftlichen Fallbeispielen mit Blick auf relevante Auswirkungen auf die Unternehmenspraxis die erworbenen Kenntnisse auf die Praxis anwenden</li> </ul>
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h
	Workload: 150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)

<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Hans-Jörg Weiß
<b>Empfohlenes Semester</b>	2. Semester
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester
<b>Verwendbarkeit</b>	Betriebswirtschaft (Bachelor) Betriebswirtschaft Logistik und Handel (Bachelor) Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik plus (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Volkswirtschaftslehre Grundlagen</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0118
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundfragen der Volkswirtschaftslehre</li> <li>- Mikroökonomische Modelle zu Preisbildung, Märkten und Wettbewerb</li> <li>- Nachfrage und Konsumententscheidungen der Haushalte</li> <li>- Angebot der Unternehmen</li> <li>- Marktgleichgewicht und Elastizitäten</li> <li>- Produktion und Kosten</li> <li>- Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz)</li> <li>- Marktversagen und staatliche Markteingriffe</li> <li>- Makroökonomie und gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge</li> <li>- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen und Bruttoinlandsprodukt</li> <li>- Ersparnis, Investition, Produktion und Wachstum</li> <li>- Arbeitsmarkt und Arbeitslosigkeit</li> <li>- Geld, Preise und Inflation</li> <li>- Konjunktur und Stabilisierungspolitik</li> <li>- Internationaler Handel und Globalisierung</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Bartling, Hartwig/Luzius, Franz/Fichert, Frank (2019), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, 18. Auflage, Vahlen, München.</p> <p>Mankiw, N. Gregory/Taylor Mark P. (2021), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p> <p>Pindyck, Robert/Rubinfeld, Daniel (2018), Mikroökonomie, 9. Auflage, Pearson, München.</p> <p>Roth, Steffen J. (2016), VWL für Einsteiger, 5. Auflage, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz und München.</p> <p>Knieps, Günter (2008), Wettbewerbsökonomie, 3. Auflage, Springer, Berlin und Heidelberg.</p> <p>Vorlesungsskript und weitere vorlesungsbegleitende Literatur werden im Intranet/Moodle zum Download bereitgestellt.</p>

## WP-09: Einführung in die Wirtschaftspsychologie

Empfohlene Vorkenntnisse	Allgemeine Psychologie
Lehrform	Vorlesung/Übung
Lernziele	<p>Die Studierenden(...)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können den Gegenstand und zentrale Methoden der Wirtschaftspsychologie darstellen</li> <li>- können wirtschaftspsychologische Praxisgebiete und Denkansätze benennen und erläutern</li> <li>- können aktuelle theoretische Ansätze und Forschungsfelder der Wirtschaftspsychologie skizzieren</li> <li>- können erkennen, welche Bedeutung menschliches Erleben und Verhalten für Kauf- und Konsumententscheidungen hat</li> <li>- können die Relevanz menschlichen Erlebens und Verhaltens für die Arbeitswelt theoretisch und anhand aktueller Fallbeispiele aufzeigen</li> <li>- reflektieren kritisch, inwiefern wirtschaftspsychologische Konzepte in der Unternehmenspraxis angewendet werden können</li> <li>- können die Entstehung psychischer Störungen als komplexe Prozesse in Grundzügen beschreiben.</li> <li>- können die in den Vorlesungen vorgestellten und anhand von Beispielen veranschaulichten verbreiteten psychischen Störungen beschreiben und voneinander unterscheiden.</li> <li>- können den Nutzen unterschiedlicher therapeutischer Ansätze bei den in der Vorlesung behandelten psychischen Störungen in groben Zügen beurteilen.</li> <li>- können die in der Lehrveranstaltung vermittelten klinisch-psychologischen Kompetenzen einsetzen, um im Unternehmen Handlungsmöglichkeiten beim Umgang mit Mitarbeitenden mit psychischen Störungen zu erkennen und resultierende Probleme professionell zu lösen.</li> </ul>
Dauer	1 Semester
SWS	6 SWS
Aufwand	Lehrveranstaltung: 90,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 150,00 h
	Workload: 240,00 h
ECTS	8,00 ECTS
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K120) + unbenotete PA
Modulverantwortung	Prof. Dr. Julia Roederer
Empfohlenes Semester	2. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Grundlagen der Wirtschaftspsychologie</b>	
Art	Vorlesung/Übung

Nr.	W0407
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gegenstand und Geschichte der Wirtschaftspsychologie</li> <li>- Methoden der Wirtschaftspsychologie</li> <li>- Theorien und Forschungsfelder in der Wirtschaftspsychologie</li> <li>- Konsum, Markt, Werbung</li> <li>- Arbeit, Organisation, Personal</li> <li>- Gesundheit in Wirtschaft und Gesellschaft</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bak, P.M., (2024), Werbe- und Konsumentenpsychologie: eine Einführung, 3. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel.</li> <li>- Döring, N., Bortz, J. (2016), Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin, Heidelberg: Springer.</li> <li>- Felser, G., (2023), Werbe- und Konsumentenpsychologie, 5. Auflage, Berlin, Springer.</li> <li>- Fichter C. (2018), Wirtschaftspsychologie für Bachelor Berlin, Heidelberg: Springer.</li> <li>- Moser, K. (2015), Wirtschaftspsychologie. Berlin, Heidelberg: Springer.</li> <li>- Wiswede, G. (2021). Einführung in die Wirtschaftspsychologie (6. Aufl.). München: Reinhardt</li> </ul> <p>Aktuelle Begleitunterlagen zur Veranstaltung sowie weiterführende Literatur werden in Moodle bereitgestellt.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Klinische- und Gesundheitspsychologie</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0408
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Klassifikationssysteme und Diagnostik psychischer Störungen</li> <li>- Wissenschaftliche Paradigmen zur Erklärung des Entstehens psychischer Störungen</li> <li>- Grundlagen therapeutischer Ansätze und Therapieschulen (z.B. Kognitive Verhaltenstherapie, Tiefenpsychologische Therapie, Systemische Therapie)</li> <li>- Umgang mit psychischen Störungen im Unternehmen: Gesetzliche Rahmenbedingungen, Handlungsmöglichkeiten und Grenzen</li> <li>- Exemplarische Störungsbilder (z.B. Belastungsstörungen, affektive Störungen, Angststörungen, Abhängigkeitsstörungen, Persönlichkeitsstörungen)</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caspar, F., Pjanic I., &amp; Westermann, S. (2018), Klinische Psychologie, Wiesbaden, Springer.</li> <li>- Hoyer, J., &amp; Knappe, S. (2021), Klinische Psychologie &amp; Psychotherapie, Wiesbaden, Springer, 3. Auflage.</li> <li>- Kring, A. M., Johnson, S. L., &amp; Hautzinger, M. (2019), Klinische Psychologie, Weinheim, Beltz.</li> <li>- Neuner, R. (2019), Psychische Gesundheit bei der Arbeit.</li> </ul>

	Gefährdungsbeurteilung und betriebliches Gesundheitsmanagement. Wiesbaden, Springer, 2. Auflage. - Schnell, T. & Schnell, K. (2019), Handbuch Klinische Psychologie. Wiesbaden, Springer.
--	--

## WP-10: Statistik

Empfohlene Vorkenntnisse	Mathematische Grundkenntnisse
Lehrform	Vorlesung
Lernziele	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden: - Daten eigenständig aufbereiten, darstellen und analysieren - grundlegende Methoden und Verfahren aus dem Bereich der Statistik benennen und diese in der wirtschaftlichen sowie psychologischen Praxis anwenden - grundlegende Wahrscheinlichkeitsmodelle zur Bewältigung von Unsicherheit situationsbedingt nutzen und interpretieren - die grundlegenden statistischen Schätz- und Testverfahren erläutern
Dauer	1 Semester
SWS	4 SWS
Aufwand	Lehrveranstaltung: 60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h
	Workload: 150,00 h
ECTS	5,00 ECTS
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K90)
Modulverantwortung	Prof. Dr. Mathias Bärtl
Empfohlenes Semester	2. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftsingenieurwesen (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Statistik</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0345
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	- Grundlagen der Statistik: Anwendungsgebiete; statistische Grundbegriffe; Skalenniveaus - Deskriptive Statistik: grafische Darstellungen; Auswertungen empirischer Verteilungen; Lage-, Streu- und Konzentrationsmaße; Korrelation; Regression - Schließende Statistik: Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung (Kombinatorik, Zufallsexperimente, Wahrscheinlichkeitsbegriff); Zufallsvariablen; Wahrscheinlichkeitsmodelle (Binomial-, Normal-, Weibullverteilung); Grenzwertsätze; Punkt- und Intervallschätzungen (Inklusions- und Repräsentationsschätzungen); Hypothesentests

	(Begrifflichkeiten, Binomialtest, Tests für Mittelwerte)
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Vorlesungsskript Deskriptive und Schließende Statistik                  Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik: Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Berlin/München/Boston: De Gruyter Oldenbourg, 2017</p> <p>Eckstein, P.: Repetitorium Statistik, Wiesbaden: Springer Gabler, 2014</p> <p>Hartung, J./Elpelt, B./Klößener, K.-H.: Statistik: Lehr- und Handbuch der angewandten Statistik, München: Oldenbourg Verlag, 2009</p> <p>Puhani, J.: Statistik: Einführung mit praktischen Beispielen, Wiesbaden: Springer Gabler, 2020</p> <p>Schira, J: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, Hallbergmoos: Pearson Studium, 2016</p> <p>Steland, A.: Basiswissen Statistik: Kompaktkurs für Anwender aus Wirtschaft, Informatik und Technik, Berlin/Heidelberg: Springer Spektrum, 2016</p>

## WP-11: Management und Innovation

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Einführung in die Wirtschaftspsychologie
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- theoretische Kenntnisse in den Bereichen Change Management und Innovation erläutern und miteinander vernetzen</li> <li>- ihre Analysefähigkeiten im Kontext von unternehmerischen Veränderungen und Innovationen jeder Art anwenden</li> <li>- die Abhängigkeiten der beiden Lernbereiche erkennen und in das operative Geschäft übertragen</li> <li>- praktische Problemlösungsansätze im betrieblichen Kontext identifizieren</li> <li>- kritische Organisationsfragen sowie Managemententscheidungen bewerten und Schlussfolgerungen ziehen</li> <li>- theoretische Methoden auf Praxisfälle transferieren und Problemlösungserfahrung für die Gestaltung von Veränderungs- und Wandelungsprozesse - z. B. im Zeitalter der Globalisierung oder Digitalisierung - vorweisen</li> </ul> <p>Lernziele Innovation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhalte und Bedeutung der Innovationskultur in Unternehmen verstehen</li> <li>- Aufbau und Struktur eines Innovationsprozesses formulieren</li> <li>- Methoden und Tools zur Steigerung der Kreativität und zur effizienten Problemlösung anwenden</li> </ul> <p>Lernziele Change Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gute Führungsarbeit erkennen</li> <li>- Probleme bei Veränderungen verstehen</li> <li>- geschickte Kommunikation und professionelle Gesprächsführung (Incl. Storytelling und Visualisierung) einsetzen</li> <li>- effektives Konfliktmanagement ausüben</li> </ul>

	- grundlegende Aspekte des Krisenmanagements, präventive und akute Maßnahmen darstellen	
Dauer	1 Semester	
SWS	6 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	90,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	150,00 h
	Workload:	240,00 h
ECTS	8,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Hausarbeit	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Frank Stetter	
Empfohlenes Semester	2. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Innovationsmanagement</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0165
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suchfelder definieren</li> <li>- Szenario Techniken &amp; Megatrends</li> <li>- Kundeninformationen generieren</li> <li>- Arten der Innovation</li> <li>- Problemlösung- und Kreativitätstechniken</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<p>Vorlesungsfolien</p> <p>G. (2015): Top Seller: Was Spitzenverkäufer von der Hirnforschung lernen können</p> <p>Osterwalder und Pigneur (2012): Business Modell Generation, ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer</p> <p>Häusel, H.-G. (2012): Brain View. Warum Kunden kaufen</p> <p>Gundlach, C., Nähler, H. (2006): Innovation mit TRIZ - Konzepte, Werkzeuge, Praxisanwendungen, Symposion Publishing GmbH, Düsseldorf</p> <p>Skripte stehen im Intranet zur Verfügung. Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Change Management</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0386
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Change-Managements</li> <li>- Managen von Change-Projekten</li> <li>- Wertewandel, Unternehmenskultur, Trends</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisationsveränderung als Prozess</li> <li>- Change von kleinen Entwicklungsschritten bis zum Turnaround</li> <li>- Die kritischen Rollen im Wandelprozess</li> <li>- Techniken und Tools von Change und Transformation</li> <li>- Bewältigung von emotional-psychologischen Situationen im Veränderungsprozess (interne und externe Veränderungsbarrieren)</li> <li>- Erfolgreich kommunizieren in Veränderungsprozessen</li> <li>- Veränderungsprozesse in Familienunternehmen</li> <li>- Change-Kommunikation auf Englisch</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deutinger, G. (2014). Kommunikation im Change: Erfolgreich kommunizieren in Veränderungsprozessen. Berlin: Springer Gabler.</li> <li>- Doppler, K. &amp; Lauterburg, C. Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten (in aktueller Auflage). Frankfurt, New York: Campus.</li> <li>- Jones, G. (2012). Organizational Theory, Design, and Change: Text and Cases. Upper Saddle River, New Jersey, USA: Prentice Hall.</li> <li>- Kostka, C. (2017). Change Management: Wandel gestalten und durch Veränderungen führen. München: Hanser.</li> <li>- Kruse, P. (2013). Next practice - erfolgreiches Management von Instabilität: Veränderung durch Vernetzung. Offenbach: Gabal.</li> <li>- Vahs, D., Wieland, A. (2020). Workbook Change Management: Methoden und Techniken. Stuttgart: Schäffer/Poeschel.</li> <li>- Doppler, K./Lauterburg, Ch. (2019). Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt: Campus.</li> <li>- Lauer, Th. (2019). Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Berlin: Springer.</li> </ul>

# Zweiter Studienabschnitt

## 3. Semester

WP-12: Konsumentenpsychologie und Marketing

WP-13: Investition und Finanzierung

WP-14: Arbeits- und Organisationspsychologie

WP-15: Ethik

WP-16: Empirische Sozialforschung

## WP-12: Konsumentenpsychologie und Marketing

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Übung	
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- den Zusammenhang zwischen Marketing und Marktforschung anhand konzeptioneller Grundlagen und in der Praxis verstehen</li> <li>- die grundlegenden Themengebiete, Fragestellungen und Methoden marktpsychologischer Untersuchungen verstehen (z.B. Marktforschung, Marketing)</li> <li>- verstehen, inwiefern marktpsychologische Untersuchungen eine zentrale Basis zur Prognose des Markterfolgs darstellen</li> <li>- das erworbene marktpsychologische Wissen auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden</li> <li>- erkennen, wie sie die theoretischen Modelle der Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie anwenden.</li> <li>- die Grundkenntnisse der Marketingplanung anwenden</li> <li>- das marktorientierte Denken in der beruflichen Umgebung verwenden</li> <li>- evidenzbasierte, praxismgerechte Entscheidungen im Markt treffen</li> <li>- am Beispiel von Fallstudien und Übungen das erzielte Wissen praktisch anwenden und vertiefen</li> </ul>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	8 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	10,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90) + Praktische Arbeit (PA)	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Frank Stetter Dr. Grégory Bartel	
<b>Empfohlenes Semester</b>	3. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Betriebswirtschaft (Bachelor) Medientechnik/Wirtschaft plus (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik plus (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Marketing Grundlagen</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0114
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	- Paradigmenwechsel im Marketing und Marketing als Managementaufgabe

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kaufverhalten von Konsumenten und Organisationen</li> <li>- Marketing in einzelnen Bereichen (institutionelle Besonderheiten)</li> <li>- Situationsanalyse, Marktprognosen und Beschaffung von relevanten Marktinformationen</li> <li>- Strategisches Marketing</li> <li>- Einsatz der Marketinginstrumente im Marktumfeld</li> <li>- Marketing-Controlling</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Die Folien zur Vorlesung sind in Moodle verfügbar.</p> <p>Homburg, Ch. (2020): Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 7. überar. u. erw. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden (eBook).</p> <p>Kuß, A.; Kleinaltenkamp, M. (2020): Marketing-Einführung. Grundlagen - Überblick - Beispiele. 8. überarb. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden (eBook).</p> <p>Bruhn, M. (2019): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 14. überarb. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden, (eBook).</p> <p>Becker, J. (2019): Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. 11. akt. Aufl., Vahlen, München.</p> <p>Kotler, P. et al. (2019): Grundlagen des Marketing, 7. akt. Aufl., Pearson.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Grundlagen der Konsumentenpsychologie</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	W0409
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allgemeine Grundlagen der Markt-, Werbe- und Konsumentenforschung</li> <li>- Kognitionstheoretische Grundlagen (Wahrnehmung/ Aufmerksamkeit, Lernen, Gedächtnis, Informationsverarbeitung)</li> <li>- Motivations- und emotionspsychologische Grundlagen</li> <li>- Sozial- und persönlichkeitspsychologische Grundlagen</li> <li>- Einstellungsbildung und Einstellungsänderung</li> <li>- Prozesse und Determinanten der Kaufentscheidung</li> <li>- Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens (Lernprozesse in Erfahrungsumwelt und Mediuumwelt)</li> <li>- Konsumentenmotive</li> <li>- Verkäufer-Kunden-Interaktion</li> <li>- Marktpsychologie zur Evaluierung absatzpolitischer Instrumente (Produktgestaltung, Preispolitik, Werbung, Vertrieb)</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.</p> <p>Auszug aus der Literaturliste:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bak, P.M., (2024), Werbe- und Konsumentenpsychologie: eine Einführung, 3. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel.</li> <li>- Döring, N., Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation. 5.</li> </ul>

	Aufl. Heidelberg: Springer - Felser, G., (2023), Werbe- und Konsumentenpsychologie, 5. Auflage, Berlin, Springer. - Raab, G., Unger, A., Unger, F. (2016). Marktpsychologie. Springer Gabler, Wiesbaden. - Spieß, E., (2013), Konsumentenpsychologie, München/Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
--	--

## WP-13: Investition und Finanzierung

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Grundkenntnisse der BWL, des Rechnungswesens, des Zivilrechts und des Gesellschaftsrechts; Lehrveranstaltungen Allgemeine BWL und Wirtschaftsmathematik
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden: - grundlegende Methoden und Instrumente auf den Gebieten der Investitionsrechnung und des Finanzwesens kennen - die erworbenen Methoden und Instrumente auf Problemstellungen der betrieblichen Praxis anwenden - ein Verständnis über die Zusammenhänge zwischen Investitionsplanung und Finanzierung entwickeln
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h
	Workload: 150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)
<b>Modulverantwortung</b>	Markus Dauber
<b>Empfohlenes Semester</b>	3. Semester
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester
<b>Verwendbarkeit</b>	Betriebswirtschaft (Bachelor) Betriebswirtschaft Logistik und Handel (Bachelor) Wirtschaftsinformatik (Bachelor) Wirtschaftsinformatik plus (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Investition und Finanzierung</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0406
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	- Grundlagen und statische Verfahren der Investitionsrechnung (IR) - Dynamische Verfahren der IR: Kapitalwert, interner Zins, Annuität, dynamische Amortisationsdauer - Bestimmung der Eigenkapitalkosten mittels CAPM, gemischte

	<p>Kapitalkosten, WACC (weighted average cost of capital)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Unternehmensfinanzierung</li> <li>- Einlagen- und Beteiligungsfinanzierung, Fremdfinanzierung, Innenfinanzierung</li> <li>- Sonderformen der Finanzierung</li> <li>- Finanzanalyse und -planung</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Däumler, K.-D., &amp; Grabe, J., (2014), Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, 13. Aufl., Herne, NWB Verlag.</li> <li>- Kersten, R., (2014), Investitionsrechnung in Fällen und Lösungen, 2. Aufl., Herne, NWB Verlag.</li> <li>- Kruschwitz, L., (2014), Investitionsrechnung, 14. Aufl., München, Verlag Franz Vahlen GmbH.</li> <li>- Olfert, K., (2015), Investition, 13. Aufl., Herne, NWB Verlag.</li> <li>- Olfert, K., (2015), Kompakt-Training Investition, 7. Aufl., Herne, NWB Verlag.</li> <li>- Berk, J., &amp; DeMarzo, P., (2015), Grundlagen der Finanzwirtschaft, 3. Aufl., Hallbergmoos.</li> <li>- Ermschel, U., Möbius, Ch., &amp; Wengert, H., (2016), Investition und Finanzierung, Berlin, Springer.</li> <li>- Perridon, L., Steiner, M., &amp; Rathgeber, A., (2016), Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., Vahlen.</li> <li>- Schuster, Th., &amp; v. Collenberg, L.R., (2017), Investitionsrechnung, Kapitalwert, Zinsfuß, Annuität, Amortisation, Berlin, Springer.</li> <li>- Wagner, N., (2018), Finance: Ein Leitfaden mit Aufgaben und Lösungen, Norderstedt.</li> </ul>

## WP-14: Arbeits- und Organisationspsychologie

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	<p>Die Studierenden(...)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können den Inhalt und praktischen Nutzen zentraler Konzepte der Arbeits- und Organisationspsychologie erklären</li> <li>- können aufzeigen, wie man Arbeitssysteme und -tätigkeiten analysieren, bewerten und "human" gestalten kann</li> <li>- wissen, was Menschen zur Arbeit motiviert und ihre Zufriedenheit mit der Arbeit beeinflusst</li> <li>- kennen die Bedeutung von Stress, Erholung und psychischer Gesundheit für Individuen und Organisationen</li> <li>- können einordnen, welche Relevanz die Organisationskultur für die beteiligten Menschen hat</li> <li>- können verschiedene Führungsansätze sowie konkrete Instrumente der Führung erläutern</li> </ul>
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 60,00 h

	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
ECTS	5,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung K90	
Modulverantwortung	Andreas Loibl	
Empfohlenes Semester	3. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Arbeits- und Organisationspsychologie</b>	
Art	Vorlesung/Übung
Nr.	W0384
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition, Gegenstandsbereich und Geschichte der Arbeits- und Organisationspsychologie</li> <li>- Leistung und Leistungsbeurteilung</li> <li>- Arbeitshaltungen und kontraproduktives Verhalten</li> <li>- Teams und Teamarbeit</li> <li>- Führung in Organisationen</li> <li>- Organisationsklima und Unternehmenskultur</li> <li>- Veränderungsprozesse in Organisationen</li> <li>- Wirkung von Arbeit</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kluge, A. (2021). Arbeits- und Organisationspsychologie. Kohlhammer Verlag.</li> <li>- Nerdinger, F. W., Blickle, G., &amp; Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie. Berlin: Springer Verlag</li> <li>- Schuler, H., (2014)., Psychologische Personalauswahl, Göttingen, Hogrefe.</li> <li>- Schuler, H., &amp; Kanning, U.P., (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen, Hogrefe.</li> <li>- Wiese, B., Stertz, A. (2019), Arbeits- und Organisationspsychologie. Was ist eigentlich (...)?. Springer, Berlin, Heidelberg.</li> <li>- Zacher, H., &amp; Lehmann-Willenbrock, N. (Eds.). (2022). Work, organizational, and business psychology : An introductory textbook. Kohlhammer Verlag..</li> </ul>

## WP-15: Ethik

Empfohlene Vorkenntnisse	Betriebswirtschaftliche und psychologische Grundkenntnisse, Beherrschung der wissenschaftlichen Arbeitstechnik
Lehrform	Vorlesung/Übung
Lernziele	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basistheorien der Ethik verstehen und deren Bedeutung für die Unternehmenspraxis nachvollziehen</li> <li>- grundlegende ethische Fragestellungen, ökonomische Logik und moralische Ansprüche kennenlernen und anhand konkreter Problemstellungen erläutern</li> <li>- sich mit wirtschaftsethischen Dilemmata auseinandersetzen, die auf individueller, unternehmerischer und Ordnungsebene diskutiert werden</li> <li>- Instrumente der Wirtschafts- und Unternehmensethik beschreiben, anwenden und kritisch reflektieren</li> <li>- ihre Fähigkeit zur vernetzten Denkweise fördern und weiterentwickeln</li> </ul>	
Dauer	1 Semester	
SWS	4 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
ECTS	5,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Hausarbeit (HA)	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Tobias Kopp	
Empfohlenes Semester	3. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Ethik</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0418
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Basistheorien und Grundfragen der Ethik</li> <li>- Ethische Ansätze, ethische Prozesse, ethischer Dialog und Diskursethik</li> <li>- Wirtschaftsethik: Grundbegriffe, Historie, Werte, Normen, Moral und Recht</li> <li>- Instrumente der Unternehmensethik</li> <li>- Anwendungsfelder der Wirtschaftsethik</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aßländer, M.S., (2024), Wirtschafts- und Unternehmensethik, Baden-Baden, Nomos.</li> <li>- Aßländer, M.S., (2021), Handbuch Wirtschaftsethik, 2. Aktualisierte und erweiterte Auflage, Stuttgart, Metzler.</li> <li>- Bleisch, B., &amp; Huppenbauer, M. &amp; Baumberger, C., (2021), Ethische Entscheidungsfindung, 3. Vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage, Schulthess, Zürich.</li> <li>- Dietzfelbinger, D. (2023), Praxisleitfaden Unternehmensethik, Kennzahlen, Instrumente, Handlungsempfehlungen, 3. Überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden, Springer.</li> <li>- Göbel, E., (2020), Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung, 6., überarbeitete Auflage, München, UVK.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Holzmann, R., (2022), Wirtschaftsethik, 3. Aktualisierte Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler.</li> <li>- Pauer-Studer, H. (2020), Einführung in die Ethik, 3. Aufl., Wien, Facultas.</li> <li>- Schüz, M., (2017), Angewandte Unternehmensethik, München, Pearson.</li> <li>- Werner, M., (2021), Einführung in die Ethik, Berlin, Metzler.</li> </ul>
--	---

## WP-16: Empirische Sozialforschung

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Betriebswirtschaftliche und psychologische Grundkenntnisse, Beherrschung der wissenschaftlichen Arbeitstechnik	
<b>Lehrform</b>	Seminar	
<b>Lernziele</b>	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenntnisse im Bereich fortgeschrittener Methoden der empirischen Sozialforschung erwerben</li> <li>- die Komplementarität quantitativer und qualitativer Ansätze verstehen und situativ angemessen auswählen und anwenden</li> <li>- die Fachterminologie beherrschen</li> <li>- eigenständige Forschungsdesigns entwickeln und umsetzen</li> </ul>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	6,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung (K60) + PA	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Mathias Bärtl	
<b>Empfohlenes Semester</b>	3. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Quantitative Methoden</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	W0380
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	Aufbauend auf dem in der Grundlagenvorlesung Statistik erworbenen Wissen werden fortgeschrittene Verfahren des statistischen Testens erlernt, welche bei der Modell- und Theoriebildung in den Wirtschaftswissenschaften und der Psychologie eine herausgehobene Bedeutung besitzen, wie etwa: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Klassische Testtheorie (parametrisch)</li> <li>- t-Test</li> <li>- Varianzanalyse</li> <li>- Klassische Testtheorie (nicht parametrisch)</li> <li>- Wilcoxon-Mann-Whitney-Test</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kruskal-Wallis-Test</li> <li>- Chi2-Test</li> <li>- Probabilistische Testtheorie</li> <li>- Item-Response-Theorie</li> <li>- Rasch-Modell</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorlesungsskript Quantitative Methoden</li> <li>- Bamberg, G., Baur, F., Krapp, M. (2017), Statistik: Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 18. Auflage, Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg.</li> <li>- Bühner, M. (2011), Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 3. Auflage, München: Pearson Studium.</li> <li>- Bühner, M., Ziegler, M. (2017), Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler: Grundlagen und Umsetzung mit SPSS und R, 3. Auflage, München, Boston, San Francisco: Pearson Studium.</li> <li>- Moosbrugger, H., Kelava, A. (2020), Testtheorie und Fragebogenkonstruktion, 3. Auflage, Berlin, Heidelberg: Springer.</li> <li>- Strobl, C. (2015), Das Rasch-Modell: Eine verständliche Einführung für Studium und Praxis, 3. Auflage, München, Mering: Rainer Hampp Verlag.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Qualitative Methoden</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	W0381
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Es werden im Rahmen der Vorlesung ausgewählte qualitative Methoden aus einem oder mehreren der folgenden Themenfelder behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundannahmen und Kennzeichen qualitativer Forschung</li> <li>- Qualitativer Forschungsprozess</li> <li>- Überblick über qualitative Erhebungsmethoden</li> <li>- Überblick über qualitative Auswertungsmethoden</li> <li>- Durchführung und Auswertung von Experteninterviews</li> <li>- Darstellung der Ergebnisse</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diekmann, A. Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen (in aktueller Auflage). Reinbek: Rowohlt.</li> <li>- Flick, U., v. Kardorff, E. &amp; Steinke, I. Qualitative Forschung: Ein Handbuch (in aktueller Auflage). Reinbek: Rowohlt.</li> <li>- Mayring, P. Einführung in die Qualitative Sozialforschung (in aktueller Auflage). Weinheim: Beltz.</li> <li>- Mey, K. &amp; Mruck, G. (2010). Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden: VS Verlag.</li> <li>- Naderer, G. &amp; Balzer, E. Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen - Methoden - Anwendungen (in aktueller Auflage). Wiesbaden: Gabler.</li> </ul>

## 4. Semester

WP-17: Personalmanagement und Organisation

WP-18: Strategische Unternehmensführung

WP-19: Wirtschaftsrecht

WP-20: Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik

WP-21: Digital Work

## WP-17: Personalmanagement und Organisation

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine betriebswirtschaftliche Kenntnisse; Kenntnisse der Arbeits- und Organisationspsychologie	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Übung	
<b>Lernziele</b>	<p>Upon successful completion of this course, students will be able to:</p> <p>1. Foundational Knowledge &amp; Strategic HR:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Define and explain the core principles and models of strategic HR management, linking them to overall organizational goals.</li> <li>- Critically analyze different models of the employee life cycle and apply them to the development and implementation of HR strategies across all stages.</li> <li>- Articulate the strategic alignment between organizational goals and HR practices at each stage of the employee lifecycle, providing practical examples.</li> <li>- Evaluate the theoretical underpinnings and empirical evidence supporting various HR strategies, practices, and interventions.</li> </ul> <p>2. Leading Through Change &amp; Leadership Development:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Understand the role of leadership in navigating dynamic and changing organizational environments, considering the psychological impact on employees.</li> <li>- Design, implement, and evaluate leadership interventions within the context of organizational change, utilizing evidence-based approaches.</li> <li>- Reflect critically on their own leadership style and behaviour, identifying areas for improvement through self-assessment and feedback.</li> <li>- Effectively apply psychological concepts, theories, and empirical evidence to lead and consult individuals and teams during periods of change.</li> </ul> <p>3. Practical Application &amp; Simulation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Demonstrate an understanding of the importance of building acceptance, managing resistance, ensuring role clarity, and fostering psychological safety and empowerment within teams.</li> <li>- Analyze the interplay of individual personalities, motives, and expectations within a team context and utilize this understanding to manage effectively.</li> <li>- Develop and implement strategies for employee development, tailored to individual needs and organizational goals.</li> <li>- Reflect on their leadership behaviour within the "Leading through Change" simulation, analyzing their effectiveness and identifying areas for future development</li> </ul>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	K90+unbenotete PA	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Julia Roederer	

Empfohlenes Semester	4. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

**LEHRVERANSTALTUNG: Personalmanagement und Organisation - englisch**

Art	Vorlesung/Übung
Nr.	W0387E
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction to HR Management: Context, goals, and strategic importance of HR.</li> <li>- Workforce Planning: Needs analysis, forecasting, and planning strategies.</li> <li>- Acquisition &amp; Selection: Recruitment, selection methods, and evidence-based practices.</li> <li>- Learning &amp; Development: Training, development programs, and organizational learning.</li> <li>- Compensation &amp; Benefits: Designing effective reward systems.</li> <li>- Performance Management: Setting goals, monitoring progress, and providing feedback.</li> <li>- Leadership &amp; Teamwork: Leading and collaborating effectively in teams; leadership interventions.</li> <li>- Change Management &amp; Crisis Management: Managing organizational change and crises effectively.</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Armstrong, M., &amp; Taylor, S. (2023). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice: A Guide to the Theory and Practice of People Management. Kogan Page Publishers.</li> <li>- C. Bailey, D. Mankin, C. Kelliher &amp; T. Garavan (2018), Strategic Human Resource Management. Oxford: Oxford University Press.</li> <li>- Crawshaw, J., Budhwar, P., &amp; Davis, A. (Eds.) (2020). Human Resource Management: Strategic and International Perspectives. (latest edition) SAGE.</li> <li>- Dowling, P., Festing, M., &amp; Engle, A.: International Human Resource Management, latest edition.</li> <li>- Frese, E., Graumann, M., &amp; Theuvsen, L. (2019), Grundlagen der Organisation. Wiesbaden, Springer Gabler.</li> <li>- Kanning, U. P. (2015), Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.</li> <li>- Scholz, Christian (neueste Auflage): Grundzüge des Personalmanagements. München: Verlag Franz Vahlen.</li> <li>- Schuler, H., (2014)., Psychologische Personalauswahl, Göttingen, Hogrefe.</li> <li>- Schuler, H., &amp; Kanning, U.P., (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen, Hogrefe.</li> <li>- Stock-Homburg, R./Groß, M. (2019), Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente, 4. Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.</li> </ul>

## WP-18: Strategische Unternehmensführung

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine betriebswirtschaftliche Kenntnisse	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Übung	
<b>Lernziele</b>	Die Studierenden kennen die personalwirtschaftlichen und organisatorischen Aufgaben im Unternehmen. Sie verstehen die Relevanz dieser beiden Aufgabenbereiche für das Erreichen der Unternehmensziele und können betriebswirtschaftliche Gestaltungsüberlegungen auf personalwirtschaftliche und organisatorische Fragen anwenden. Hierbei beachten sie, dass die gewählte Organisation auch Implikationen für die personalwirtschaftlichen Entscheidungen hat bzw. bei einem personalbezogenen Engpass die Organisation anzupassen ist (insbes. auf der Stellenebene). Vor diesem Hintergrund sind sie in der Lage die Erfolgsträchtigkeit alternativer personalwirtschaftlicher und organisatorischer Maßnahmen zu beurteilen und entsprechende Entscheidungen zu treffen.	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Stephan Schmidt-Tank	
<b>Empfohlenes Semester</b>	4. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Unternehmensführung</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0388
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Denkschulen zur Strategiebildung (präskriptiv und deskriptiv)</li> <li>- Das Geschäftsmodell als Ausdruck einer Strategie</li> <li>- Prinzipien dynamischer Strategien</li> <li>- Strategische Konzeptbildung (Informationsanalyse, Strategieentwicklung, Strategieumsetzung, Strategieüberprüfung)</li> <li>- Neuere Ansätze der Strategieforschung und -praxis</li> <li>- Konzeptionelle Grundlagen der Corporate Social Responsibility und deren Übertragung auf betriebswirtschaftliche Anwendungskontexte</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de

<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lombriser, R., &amp; Abplanalp, P. A., (2018), Strategisches Management, 7. Aufl., Zürich, Versus.</li> <li>- Bea, F.X., &amp; Haas, J., (2017), Strategisches Management, 9. Aufl., Stuttgart, utb.</li> <li>- Gassmann, O., et al., (2017), Geschäftsmodelle entwickeln, 2. Aufl., München, Hanser.</li> <li>- Müller-Stewens, G., &amp; Lechner, C., (2016), Strategisches Management, 5. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel.</li> <li>- Baumast, A., et al., (2019), Betriebliche Nachhaltigkeitsleistung messen und steuern, Stuttgart, utb.</li> <li>- Brühl, R., (2018), Corporate Social Responsibility, München, Vahlen.</li> <li>- Pufe, I., (2017), Nachhaltigkeit, 3. Aufl., München und Konstanz, utb.</li> <li>- Wunder, T., (2017), CSR und Strategisches Management, Springer Gabler.</li> </ul>
------------------	--

## WP-19: Wirtschaftsrecht

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Kenntnisse über grundlegende strategische Analysewerkzeuge, Beherrschung der wissenschaftlichen Arbeitstechnik	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung	
<b>Lernziele</b>	Die Studierenden verstehen die Bedeutung des Strategischen Managements für die Unternehmensführung; Die Studierenden lernen grundlegende CSR-Konzepte und deren Anwendung in einem strategischen Kontext kennen und können diese auf Anwendungssituationen übertragen; Die Studierenden begreifen das Leitbild der Nachhaltigkeit als normatives Gerüst für die Geschäftsmodellentwicklung; Die Veranstaltung soll die Fähigkeit vernetzt zu denken, fördern.	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)	
<b>Modulverantwortung</b>	Christian Göpper	
<b>Empfohlenes Semester</b>	4. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Betriebswirtschaft (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Wirtschafts- und Arbeitsrecht</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0125
<b>SWS</b>	4,00 SWS

<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe des Handelsrechts, insbes. Stellung und Begriff des Kaufmanns, Handelsregister, Handelsfirma, Handelsunternehmen, handelsrechtlich Bevollmächtigte und Handelskauf</li> <li>- Grundstrukturen des Gesellschaftsrechts</li> <li>- Gründung und Führung von Personen- und Kapitalgesellschaften</li> <li>- Übersicht über die Kreditsicherheiten</li> <li>- Grundstrukturen des Arbeitsrechts: Arbeitnehmerbegriff, Rechtsquellen, Begründung, Inhalt und Beendigung von Arbeitsverhältnissen</li> <li>- Juristische Arbeitstechniken und wissenschaftliche Methoden im Wirtschaftsrecht</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Dütz/Thüsing (2021): Arbeitsrecht, 26. Auflage, C. H. Beck, München</p> <p>Junker, A. (2022): Grundkurs Arbeitsrecht, 21. Auflage, C. H. Beck, München</p> <p>Kindler, P. (2019): Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht, 9. Auflage, München</p> <p>Zöllner/Loritz/Hergenröder (2015): Arbeitsrecht, 7. Auflage, C. H. Beck, München</p> <p>Klunzinger, E. (2012): Grundzüge des Gesellschaftsrechts, 16. Auflage, Vahlen, München</p> <p>Klunzinger, E. (2011): Grundzüge des Handelsrechts, 14. Auflage, Vahlen, München</p>

## WP-20: Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Psychologie, Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie
<b>Lehrform</b>	Vorlesung
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- grundlegenden Theorien, Begriffe und Methoden der Persönlichkeitspsychologie nachvollziehen</li> <li>- das erworbene Wissen zur Erklärung und Prognose inter- und intraindividuelle Unterschiede heranziehen</li> <li>- die wesentlichen theoretischen und methodischen Grundlagen der psychologischen Diagnostik verstehen</li> <li>- psychometrische Gütekriterien (Objektivität, Reliabilität und Validität) sowie und deren Bedeutung für die Psychodiagnostik verstehen und bei der Bewertung von Tests beurteilen</li> <li>- verschiedene Persönlichkeitskonstrukte voneinander abgrenzen und deren Bedeutung für die Praxis verstehen</li> <li>- die Grundlagen der Konstruktion, Methodik und Anwendung von Standardinstrumenten zur Erfassung von Persönlichkeitsmerkmalen überblicken</li> <li>- Instrumente (Tests) zur Erfassung von Persönlichkeitsmerkmalen anhand von Qualitätskriterien und Anwendungszweck bewerten</li> </ul>
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS

Aufwand	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	120,00 h
	Workload:	180,00 h
ECTS	6,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K60) + Praktische Arbeit (PA)	
Modulverantwortung	Franziska Rüttiger	
Empfohlenes Semester	4. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaft (Bachelor) Betriebswirtschaft Logistik und Handel (Bachelor) Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

LEHRVERANSTALTUNG: Persönlichkeitspsychologie	
Art	Vorlesung
Nr.	W0389
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der differentiellen Psychologie und Persönlichkeitspsychologie</li> <li>- Überblick über die verschiedenen Persönlichkeitstheorien</li> <li>- Methoden und Methodik der differentiellen Psychologie</li> <li>- Persönlichkeitsbereiche</li> <li>- Umwelt und Beziehung</li> <li>- Persönlichkeitsentwicklung</li> <li>- Geschlechtsunterschiede</li> <li>- Persönlichkeit im Kulturvergleich</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asendorf, J.B., (2019), Persönlichkeitspsychologie für Bachelor, 7. Aufl., Berlin/ Heidelberg, Springer.</li> <li>- Neyer, F. J., Asendorpf, J.B. (2018). Psychologie der Persönlichkeit. Springer-Lehrbuch. Springer, Berlin, Heidelberg.</li> <li>- Rauthmann, J.F., (2016), Grundlagen der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie, Wiesbaden, Springer.</li> <li>- Rauthmann, J.F., (2017), Persönlichkeitspsychologie: Paradigmen - Strömungen - Theorien, Berlin/ Heidelberg, Springer.</li> <li>- Genkova, P., (2019), Interkulturelle Wirtschaftspsychologie, Wiesbaden, Springer.</li> </ul>

LEHRVERANSTALTUNG: Psychologische Diagnostik	
Art	Vorlesung
Nr.	W0410
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Übersicht über zentrale Themen der psychologischen Diagnostik und Testtheorie im Kontext der Persönlichkeitspsychologie.</li> <li>- Erhebungsinstrumente und Verfahren der Psychologischen Diagnostik</li> </ul>

	<p>(z. B. Tests zur kognitiven Leistungsfähigkeit, Persönlichkeitstests, Interviews).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phasen zur Entwicklung und Evaluierung eines Messinstruments, einschließlich der Konstruktion und Bewertung von Fragebögen.</li> <li>- Diagnostische Rahmenbedingungen und Strategien zur Gewährleistung genauer diagnostischer Beurteilungen in der Persönlichkeitspsychologie.</li> <li>- Untersuchung und Diskussion psychologischer Theorien bezüglich des "Messens" von Verhalten und Erleben, einschließlich verschiedener Messtheorien.</li> <li>- Anwendung der psychologischen Diagnostik in der Eignungsbeurteilung, insbesondere im Hinblick auf Persönlichkeitsmerkmale und -profile.</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bühner, M. (2021). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion (3. Aufl.). München: Pearson Studium.</li> <li>- Moosbrugger, H. &amp; Kelava, A. (Hrsg.). (2012). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion. Berlin: Springer.</li> <li>- Schmidt-Atzert, L. &amp; Amelang, M. (2012). Psychologische Diagnostik. Berlin: Springer.</li> </ul>

## WP-21: Digital Work

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Management und Innovation sowie Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar	
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die behandelten Teilgebiete der Künstlichen Intelligenz kennen und einen fundierten Überblick über das Fachgebiet und dessen Studium haben, wobei verschiedene Ausprägungen von Intelligenz ihnen geläufig sind</li> <li>- die Treiber und zentralen Eigenschaften der Digitalisierung beschreiben und anhand von Beispielen erklären, welchen Einfluss die Digitalisierung auf Gesellschaft, Organisationen und das Individuum hat</li> <li>- erklären, wie sich eine digitale Transformationsstrategie organisatorisch verankern und abgrenzen lässt</li> <li>- die Konzepte zur Analyse und Gestaltung von Geschäftsmodellen anwenden können</li> <li>- die Auswirkungen der digitalen Transformation auf das IT-Management erläutern und Beispiele für aktuelle Entwicklungen in diesem Bereich aufzeigen</li> <li>- Konsequenzen der digitalen Transformation sowie mögliche Umsetzungsprobleme analysieren, visualisieren und diskutieren können, einschließlich der Widerstände seitens der Belegschaft</li> </ul>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	6 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	90,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	180,00 h

	Workload: 270,00 h
ECTS	9,00 ECTS
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Hausarbeit (HA) + Referat (RE)
Modulverantwortung	Prof. Dr. Simone Braun Prof. Dr. Tobias Kopp
Empfohlenes Semester	4. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Artificial Intelligence</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0391
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung: Geschichte der KI</li> <li>- Schwarmintelligenz: Gemeinsam sind wir stark</li> <li>- Evolutionäre Intelligenz: Genetische Algorithmen</li> <li>- Menschliche Intelligenz: Einblick in die Kognitionswissenschaft</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Russel, N., (2012), Künstliche Intelligenz -Ein moderner Ansatz. Pearson Studium, Auflage: 3.</li> <li>- Ertl, (2016), Grundkurs Künstliche Intelligenz: Eine praxisorientierte Einführung, 4. Aufl., Springer.</li> <li>- Rainsberger, L., (2021), KI - Die neue Intelligenz im Vertreib, Wiesbaden, Springer.</li> <li>- Barton, T., (2021), Künstliche Intelligenz in der Anwendung, Wiesbaden, Springer.</li> <li>- Wennker, P., (2020), Künstliche Intelligenz in der Praxis, Wiesbaden, Springer.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Digital Transformation</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0392
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe und Grundkonzepte: Digitalisierung und digitale Transformation</li> <li>- Digitale Transformation: Trends, Technologien &amp; Rahmenbedingungen</li> <li>- Digitale Transformationsstrategien</li> <li>- Geschäftsmodelle und Geschäftsmodell-Innovation</li> <li>- Transformation der Leistungen, Prozesse und Organisation</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schallmo, D., &amp; Rusnjak, A., (2017), "Roadmap zur Digitalen Transformation von Geschäftsmodellen", in Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, D.</li> </ul>

	<p>Schallmo, A. Rusnjak, J. Anzengruber, T. Werani und M. Jünger (Hrsg.), Wiesbaden, Springer, S. 1-31.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Urbach, N., &amp; Ahlemann, F., (2016), IT-Management im Zeitalter der Digitalisierung: Auf dem Weg zur IT-Organisation der Zukunft, Berlin, Springer Gabler.</li> <li>- Gassmann, O., Frankenberger, K., &amp; Csik, M., (2013), Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München, Hanser.</li> <li>- Brandl, D., (2020), Die Assistenz in der digitalen Transformation, Wiesbaden, Springer.</li> <li>- Gassmann, O., &amp; Sutter, P., (2019), Digitale Transformation gestalten: Geschäftsmodelle Erfolgsfaktoren Checklisten, Hanser.</li> </ul>
--	--

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Managing Digital Work</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	W0393
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Das Modul bietet im Rahmen der Wissensvermittlung einen Überblick über die Digitalisierung und die Veränderung von Arbeitssystemen, die unterschiedlichen Arten von Wandel in Unternehmen, die Akzeptanz von Technologien durch Individuen und Unternehmen und Methoden zur Gestaltung des IT-bedingten Wandels:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalisierung und die Veränderung von Arbeitswelten</li> <li>- Modelle von Arbeitssystemen (Work System Theory)</li> <li>- Change Management Theorien/Methoden</li> <li>- Phasen der Veränderung</li> <li>- Unterschiedliche Arten von Veränderungen</li> <li>- Theorien und Modelle der Nutzerakzeptanz und IT-Nutzung</li> <li>- Grundlegende psychologische Theorien</li> <li>- IT-Nutzer-Lebenszyklen (Unterschied Digital Life, Digital Consumer, Digital Work)</li> <li>- Adoption und Nutzung von digitalen Innovationen</li> <li>- Widerstände gegenüber digitalen Innovativen</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lindner, D. (2019), KMU im digitalen Wandel, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Papsdorf, C. (2019), Digitale Arbeit: Eine soziologische Einführung, Camps, Frankfurt am Main.</li> <li>- Wörwag, S. &amp; Cloots, A. (2020) (Hrsg.), Human Digital Work - Eine Utopie?, Springer Gable, Wiesbaden.</li> <li>- Welppe, I., Brosi, P., &amp; Schwarzmüller, T., (2020), Digital Work Design: Die Big Five für Arbeit, Führung und Organisation im digitalen Zeitalter, Campus Verlag.</li> <li>- Wörwag, S., &amp; Cloots, A., (2020), Human digital Work - Eine Utopie?: Erkenntnisse aus Forschung und Praxis zur digitalen Transformation der Arbeit, Springer Gabler.</li> </ul>

# 5. Semester

## WP-22: Betriebspraktisches Studiensemester

## WP-22: Betriebspraktisches Studiensemester

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Management und Innovation, Wirtschaftspsychologie 1, 2 und 3, Unternehmensführung, Digital Work	
<b>Lehrform</b>	Praktikum	
<b>Lernziele</b>	<p>Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, internationale strategische Fragestellungen durch eine Verknüpfung von Methoden und Fachwissenschaften zu analysieren, planen und umzusetzen. Sie kennen Vor- und Nachteile quantitativer und qualitativer Verfahren sowie die methodischen Unterschiede zwischen verschiedenen Disziplinen wie Wirtschafts-, Politik- und Rechtswissenschaften. In diesem interdisziplinären Kontext sind die Studierenden in der Lage, theoretische Kenntnisse und praktische Erfahrungen im internationalen Kontext zu verbinden. Entsprechend besitzen sie die Fähigkeit zur Umsetzung von Projekten in ausgewählten unternehmerischen Bereichen.</p> <p>Durch die Projektarbeit im Rahmen von Kleingruppen wird neben der methodischen insbesondere die soziale Kompetenz der Studierenden gefördert.</p>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	0 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	0,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	900,00 h
	Workload:	900,00 h
<b>ECTS</b>	30,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Praktische Arbeit	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof.in Dr. Alexandra Kraus	
<b>Empfohlenes Semester</b>	5. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

## 6. Semester

WP-23: International Business Project

WP-24: Wirtschaftspsychologisches Projekt

WP-25: People and Organisations (HROD1)

WP-26: Business and Management (HROD2)

WP-27: Risk Management (HROD3)

WP-28: Evidence Based Management (MOM1)

WP-29: Vertriebsmanagement (MOM2)

WP-30: Markt- und Werbepsychologie (MOM3)

## WP-23: International Business Project

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Management und Innovation, Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie, Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik, Unternehmensführung, Digital Work	
<b>Lehrform</b>	Seminar	
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Fähigkeit entwickeln, internationale strategische Fragestellungen durch eine Verknüpfung von Methoden und Fachwissenschaften zu analysieren, planen und umzusetzen</li> <li>- Vor- und Nachteile quantitativer und qualitativer Verfahren kennen und die methodischen Unterschiede zwischen verschiedenen Disziplinen wie Wirtschafts-, Politik- und Rechtswissenschaften verstehen</li> <li>- in einem interdisziplinären Kontext theoretische Kenntnisse und praktische Erfahrungen im internationalen Kontext miteinander verknüpfen können</li> <li>- die Fähigkeit zur Umsetzung von Projekten in ausgewählten unternehmerischen Bereichen besitzen</li> <li>- durch die Projektarbeit im Rahmen von Kleingruppen nicht nur die methodische, sondern auch die sozialen Kompetenzen erweitern</li> </ul>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Praktische Arbeit (PA)	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Stephan Schmidt-Tank	
<b>Empfohlenes Semester</b>	6. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: International Business Project</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	W0394
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Methoden und Prozesse der Initiierung, Fundierung und Umsetzung forschenden Lernens im interdisziplinären und internationalen Kontext</li> <li>- Theorieansätze und Praxisphänomene in Psychologie, Volks- und Betriebswirtschaftslehre, Rechtswissenschaften, Soziologie und Politologie</li> <li>- Bedeutung von Projekten für das Handeln in international tätigen Wirtschaftsunternehmen sowie Standardinstrumente der Strategieentwicklung</li> <li>- Methoden zur Planung und Durchführung eines Projekts wie</li> </ul>

	Anforderungsanalyse, Business Case und Strukturplanung - Methoden der Evaluation eines interdisziplinären Projekts im internationalen Kontext
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben. Auszug aus der Literaturliste: - Weidinger, C., Fischler, F., & Schmidpeter, R., (2014), Sustainable Entrepreneurship, Heidelberg 2014, Springer Gabler. - August, R., Mayer, D., & Bixby, M., (2013), International Business Law, Harlow, Pearson. - Hill, C., (2011), International Business, New York, McGraw-Hill. - Pless, N., & Maak, T., (2011), Responsible Leadership, Dordrecht, Springer. - Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M., (2010), Cultures and Organizations, 3. Aufl., New York, McGraw-Hill. - Holtbrügge, D., & Welge, M., (2010), Internationales Management, Stuttgart, Schäffer-Poeschel. - Backhaus, K., & Voeth, M., (2010), Internationales Marketing, Stuttgart, Schäffer-Poeschel.

## WP-24: Wirtschaftspsychologisches Projekt

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Psychologie, Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie, Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik
<b>Lehrform</b>	Seminar
<b>Lernziele</b>	Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden: - ihre wirtschaftspsychologische Fachkompetenz in Bezug auf ein Anwendungsgebiet vertiefen - methodische Kompetenzen im Beratungsprozess erwerben und soziale Kompetenzen im Umgang mit Beratungskontexten entwickeln - Erfahrung im Projektmanagement sammeln, einschließlich Auftragsklärung und Ergebnispräsentation - sich im Rahmen ihres Projekts mit einem relevanten Thema der Wirtschaftspsychologie aus einem praxisnahen Kontext heraus detailliert auseinandergesetzt haben und eine Rückmeldung zur erarbeiteten Lösung erhalten
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	4 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 60,00 h Selbststudium/Gruppenarbeit: 90,00 h Workload: 150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Projektarbeit (PR)
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Stephan Schmidt-Tank
<b>Empfohlenes Semester</b>	6. Semester

Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Wirtschaftspsychologisches Projekt</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0395
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden bearbeiten ein wirtschaftspsychologisches Projekt für einen Auftraggeber in Wirtschaftsunternehmen, in Forschungsinstituten oder an der Hochschule.</li> <li>- Die Bearbeitung findet innerhalb des Semesters in der Regel in Gruppen von bis zu zehn Personen statt. Die Projekte werden durch Lehrpersonal der Hochschule akquiriert bzw. bereitgestellt.</li> <li>- Aufgabe der Studierenden ist die eigenständige Organisation und Bearbeitung der Projektaufgabe unter Anleitung der/des betreuenden Dozent*in.</li> <li>- Sie schließt die Auftragsklärung, das Übermitteln des Projektzwischenstands, einen Projektbericht und die Präsentation der Ergebnisse (in der Regel direkt bei dem Auftraggeber) ein.</li> <li>- Zusätzlich werden die Ergebnisse an der Hochschule präsentiert.</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moser, K. (2015), Wirtschaftspsychologie, Berlin, Springer.</li> <li>- Raab, G.V. &amp; Unger, A. (2016), Marktpsychologie: Grundlagen und Anwendung, Wiesbaden, Springer Gabler.</li> <li>- Schuler, H. &amp; Moser, K. (2014), Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern, Huber.</li> <li>- Kirchler, E., Pitters, J., &amp; Kastlunger, B., (2020), Psychologie in Zeiten der Krise, Wiesbaden, Springer.</li> <li>- Fichter, C., (2018), Wirtschaftspsychologie für Bachelor, Wiesbaden, Springer.</li> </ul>

## WP-25: People and Organisations (HROD1)

Empfohlene Vorkenntnisse	Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie, Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik, Personalwirtschaft und Organisation, Unternehmensführung, Wirtschafts- und Arbeitsrecht
Lehrform	Vorlesung/Seminar
Lernziele	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktuelle Trends und Herausforderungen im Personalmanagement beschreiben und Implikationen für die Praxis benennen, z.b. in den Bereichen Personalauswahl, -einsatz, -entwicklung und Leistungsmanagement.</li> <li>- Den Ansatz des Change Management ganzheitlich verstehen, entsprechende Prozesse planen, initiieren und steuern und kritisch reflektieren;</li> <li>- Kommunikation angemessen einsetzen und Widerstände einordnen</li> </ul>

	<p>und damit arbeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transformationsprozesse ganzheitlich verstehen, initiieren und Konsequenzen antizipieren sowie Voraussetzungen für gelingende Transformationsprozesse beschreiben und analysieren</li> <li>- Merkmale beurteilen, die für lernende Organisationen von Vorteil sind</li> <li>- Verschiedene Ansätze, aktuelle Herausforderungen und Theorie-Modelle von Leadership detailliert theoretisch beschreiben und herleiten</li> <li>- Zusammenhänge zwischen Leadership-Ansätzen, Organisationskultur und Organisationsstrategie herstellen, kritisch reflektieren und deren Zusammenwirken für den Unternehmenserfolg erklären</li> <li>- Werkzeuge des Personalmanagement, Leadership und Change kritisch einordnen, auf Nutzen und Passung zur Organisation hin bewerten und adaptieren</li> <li>- fundiert argumentieren, unter bewusstem Einsatz ihrer sozialen und kommunikativen Kompetenzen.</li> </ul>
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	6 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 90,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 180,00 h
	Workload: 270,00 h
<b>ECTS</b>	9,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung (K90) + Praktische Arbeit (PA)
<b>Modulverantwortung</b>	Franziska Rüttiger
<b>Empfohlenes Semester</b>	6. Semester
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Organisational Development</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	W0397
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ursachen und Ziele des organisatorischen Wandels</li> <li>- Prinzipien der Veränderung von Organisationen</li> <li>- Entwicklungsphasen der Organisation und Phasen der Organisationsentwicklung</li> <li>- Wandlungsbedarf/Wandlungsbereitschaft/Wandlungsfähigkeit</li> <li>- Promotorenmodelle</li> <li>- Kultur als Kontextfaktor/Gestaltungsvariable in Veränderungsprozessen</li> <li>- Organisationale Energie</li> <li>- Teambezogene Interventionen</li> <li>- Widerstände/Widerstandsreaktionen und Interventionsstrategien</li> <li>- Kommunikation als zielgerichtetes Instrument des Change Managements</li> <li>- Organisationales Lernen/lernende Organisation</li> <li>- Changemanagement und Transformation</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-</b>	de

sprache	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carnall, C., &amp; Todnem By, R., (2014), Managing Change in Organizations, London, Pearson.</li> <li>- Scharmer, O. &amp; Kaufer, K. (2013), Leading from the Emerging Future: From Ego-System to Eco-System Economies, San Francisco, BK Publishers.</li> <li>- Senior, B., Swailes, S. &amp; Carnall, C. (2020), Organizational Change, London, Pearson.</li> <li>- Edmondson, A., (2020) Die angstfreie Organisation, München, Vahlen.</li> <li>- Bruch, H., Volgel, B., (2009) Organisationale Energie, 2. Aktualisierte Auflage, Wiesbaden, Gabler.</li> <li>- Doppler, K.;Lauterburg, C., (2019), Change Management: den Unternehmenswandel gestalten, 14., aktualisierte Auflage, Frankfurt: Campus-Verlag.</li> <li>- Kaltenecker, S., (2021), Selbstorganisierte Teams führen, 3. Auflage, dpunkt.</li> <li>- Vigerschow, U., (2021), Lernende Organisationen, dpunkt</li> <li>- Von Ameln, F., Heintel, P., (2016), Macht in Organisationen, Stuttgart, Schäffer-Poeschel</li> <li>- Haas, O., North, K., Pakleppa, C-B., (2022) Transformation, München, Verlag Franz Vahlen</li> <li>- Argyris, C., Schön, D., Rhiel, W., (2018), Die lernende Organisation, Stuttgart, Schäffer-Poeschel.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Personalmanagement Praxis</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0411
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktuelle Trends &amp; Herausforderungen im Personalmanagement</li> <li>- HR-Analytics, Automatisierung und Künstliche Intelligenz im Personalmanagement</li> <li>- Praktische Implikationen für das Personalmanagement z.B. in den Bereichen Personalauswahl, - einatz, -entwicklung und Leistungsmanagement.</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Armstrong, M., &amp; Taylor, S. (2023). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice: A Guide to the Theory and Practice of People Management. Kogan Page Publishers.</li> <li>- C. Bailey, D. Mankin, C. Kelliher and T. Garavan, Strategic Human Resource Management. Oxford: Oxford University Press.</li> <li>- Crawshaw, J., Budhwar, P., &amp; Davis, A. (Eds.) (2020). Human Resource Management: Strategic and International Perspectives. (3rd ed.) SAGE.</li> <li>- Dannhäuser, R., (2020), Praxishandbuch Social Media Recruiting, Wiesbaden, Springer Gabler.</li> <li>- Kanning, U. P. &amp; Ohlms, M. (Hrsg.) (2024). Digitale Personalauswahl und Eignungsdiagnostik. Berlin: Springer.</li> <li>- Morrison, R. (2021) Data-Driven Organization Design., 2nd Edition. London, Kogan Page Publishers.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Morrison, R. (2021) Organizational Planning and Analysis. London, Kogan Page Publishers.</li> <li>- Ontrup, G. Hagemann, V. &amp; Kluge, A. (2024), Eine Einführung in ganzheitliches, datengestütztes Personalmanagement. Göttingen, Hogrefe.</li> <li>- Puranam, P. (2018). The Microstructure of Organizations. Oxford: Oxford University Press.</li> <li>- Rust, J., Kosinski, M. &amp; Stillwell, D. (2021). Modern Psychometrics - The Science of Psychological Assessment, 4.th Ed., London/ New York: Routledge.</li> <li>- Schuler, H., (2014)., Psychologische Personalauswahl, Göttingen, Hogrefe.</li> <li>- Schuler, H., &amp; Kanning, U.P., (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen, Hogrefe.</li> <li>- Verhoeven, T., (2020), Digitalisierung im Recruiting, Wiesbaden, Springer Gabler.</li> </ul>
--	---

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Personalmanagement Praxis</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0411
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Aktuelle Trends &amp; Herausforderungen im Personalmanagement&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;HR-Analytics, Automatisierung und Künstliche Intelligenz im Personalmanagement&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Praktische Implikationen für das Personalmanagement z.B. in den Bereichen Personalauswahl, - einatz, -entwicklung und Leistungsmanagement.&lt;/li&gt;</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Armstrong, M., &amp; Taylor, S. (2023). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice: A Guide to the Theory and Practice of People Management. Kogan Page Publishers.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;C. Bailey, D. Mankin, C. Kelliher and T. Garavan, Strategic Human Resource Management. Oxford: Oxford University Press.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Crawshaw, J., Budhwar, P., &amp; Davis, A. (Eds.) (2020). Human Resource Management: Strategic and International Perspectives. (3rd ed.) SAGE.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Dannhäuser, R., (2020), Praxishandbuch Social Media Recruiting, Wiesbaden, Springer Gabler.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kanning, U. P. &amp; Ohlms, M. (Hrsg.) (2024). Digitale Personalauswahl und Eignungsdiagnostik. Berlin: Springer. &lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Morrison, R. (2021) Data-Driven Organization Design., 2&lt;sup&gt;nd&lt;/sup&gt; Edition. London, Kogan Page Publishers.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Morrison, R. (2021) Organizational Planning and Analysis. London, Kogan Page Publishers.&lt;/li&gt;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Ontrup, G. Hagemann, V. &amp; Kluge, A. (2024), Eine Einführung in ganzheitliches, datengestütztes Personalmanagement. Göttingen, Hogrefe.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Puranam, P. (2018). The Microstructure of Organizations. Oxford: Oxford University Press.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Rust, J., Kosinski, M. &amp; Stillwell, D. (2021). Modern Psychometrics &amp;#8211; The Science of Psychological Assessment, 4.th Ed., London/ New York: Routledge.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Schuler, H., (2014)., Psychologische Personalauswahl, Göttingen, Hogrefe.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Schuler, H., &amp; Kanning, U.P., (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen, Hogrefe.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Verhoeven, T., (2020), Digitalisierung im Recruiting, Wiesbaden, Springer Gabler.&lt;/li&gt;</li> </ul>
--	---

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Leadership</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0412
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leadershipansätze (Theorien des Führens, Führungsstile, NewWork)</li> <li>- Aufgabenfelder der Führung</li> <li>- Motivationsansätze, Motivationsprozesse und Mitarbeiterzufriedenheit</li> <li>- Führen von Teams</li> <li>- Führen von Führungskräften</li> <li>- Leadershipkompetenzen</li> <li>- Leadershipwerkzeuge</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alvesson, M., Blom, M., Sveningsson, S., (2017). Reflexive leadership. Organising in an imperfect world. Los Angeles: Sage.</li> <li>- Permantier, M., (2019) Haltung entscheidet, München, Verlag Franz Vahlen.</li> <li>- Permantier, M., (2023) Haltung erweitern, München, Verlag Franz Vahlen.</li> <li>- Kaehler, B., (2023), Führen als Beruf: Andere erfolgreich machen, 2. Auflage, Heidelberg, Springer Gabler.</li> <li>- Kaehler, B., (2020), Komplementäre Führung, 3. Vollständig überarbeitete Auflage, Heidelberg, Springer Gabler.</li> <li>- Streich, R., (2016), Fit for Leadership, Wiesbaden, Springer, Gabler.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Leadership</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0412
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;ul&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Leadershipansätze (Theorien des Führens, Führungsstile, NewWork)&lt;/li&gt;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Aufgabenfelder der Führung&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Motivationsansätze, Motivationsprozesse und Mitarbeiterzufriedenheit&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Führen von Teams&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Führen von Führungskräften&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Leadershipkompetenzen&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Leadershipwerkzeuge &lt;/li&gt;</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;ul&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Alvesson, M., Blom, M., Sveningsson, S., (2017). Reflexive leadership. Organising in an imperfect world. Los Angeles: Sage.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Permantier, M., (2019) Haltung entscheidet, München, Verlag Franz Vahlen.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Permantier, M., (2023) Haltung erweitern, München, Verlag Franz Vahlen.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kaehler, B., (2023), Führen als Beruf: Andere erfolgreich machen, 2. Auflage, Heidelberg, Springer Gabler.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kaehler, B., (2020), Komplementäre Führung, 3. Vollständig überarbeitete Auflage, Heidelberg, Springer Gabler.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Streich, R., (2016), Fit for Leadership, Wiesbaden, Springer, Gabler.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;/ul&gt;</li> </ul>

## WP-26: Business and Management (HROD2)

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Einführung in die Wirtschaftspsychologie, Arbeits- und Organisationspsychologie, Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik, Unternehmensführung, Digital Work
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- strategische Informationsmanagementkonzepte bzw. Methoden zur Unterstützung der Geschäftsziele anwenden</li> <li>- die Prinzipien von Daten, Informationen und Wissen und deren Lebenszyklus verstehen, die notwendig sind, um die Geschäftsfähigkeit zu fördern und zu unterstützen</li> <li>- den strategischen Einsatz von Informationen, Systemen und Techniken, die zur Optimierung des Informationseinsatzes in Geschäftsprozessen notwendig sind, kritisch beurteilen</li> <li>- die Stärken und Schwächen verschiedener Arten von analytischen Modellen verstehen</li> <li>- Lösungen für praktische Entscheidungs-, Planungs-, Kontroll- und Leistungsbewertungsszenarien erarbeiten, indem sie Managementkonzepte anwenden</li> <li>- wesentliche theoretischen Grundlagen und Methoden des Digital Business auf praktische Problemstellungen anwenden</li> <li>- Potenziale und Herausforderungen der digitalen Trends im Wirtschaftskontext verstehen</li> </ul>

Dauer	1 Semester	
SWS	4 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	120,00 h
	Workload:	180,00 h
ECTS	6,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K90)	
Modulverantwortung	Alexander Gehringer	
Empfohlenes Semester	6. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Strategic Information Management and Decision Making</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0399
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anwendung strategischer Informationsmanagement-Konzepte zur Unterstützung von Geschäftszielen</li> <li>- Verständnis der Prinzipien von Daten, Informationen und Wissen und deren strategische Rolle in der Unternehmensführung</li> <li>- Beurteilungsfähigkeit zum Einsatz von Informationen, Systemen und Techniken, die zur Optimierung des Informationseinsatzes in strategischen Geschäftsprozessen notwendig sind</li> <li>- Fähigkeit zur Beurteilung von Stärken und Schwächen verschiedener Arten von analytischen Modellen, um das Managements in der Entscheidungsfindung zu unterstützen.</li> <li>- Lösungen für praktische Entscheidungs-, Planungs-, Kontroll- und Leistungsbewertungsszenarien</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fatehi, Kamal/Choi, Jeongho, International Business Management, 2. Aufl., Cham 2019</li> <li>- García, Francisco Javier Población, Financial Risk Management, Cham 2017</li> <li>- Götze, Uwe/Northcott, Deryl/Schuster, Peter, Investment Appraisal, 2. Aufl., Heidelberg 2015</li> <li>- Grüning, Rudolf/Kühn, Richard, Successful Decision-Making, 3. Aufl., Heidelberg 2013</li> <li>- Maylor, Harvey/Blackmon, Kate, Researching Business and Management, Basingstoke 2005</li> <li>- Schwenker, Burkhard/Wulf, Torsten, Scenario-based Strategic Planning, Wiesbaden 2013</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Digital Business</b>
--

Art	Vorlesung
Nr.	W0419
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriffe und Definitionen</li> <li>- Historische und aktuelle Entwicklungen</li> <li>- Digitale Geschäftsmodelle</li> <li>- Aspekte des Marketing-Mix im digitalen Business</li> <li>- Digitale Technologien und Systeme</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appelfeller, W., Feldmann, C. (2023). Die digitale Transformation des Unternehmens : Systematischer Leitfaden mit zehn Elementen zur Strukturierung und Reifegradmessung. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Kollmann, T. (2022). Digital Business: Grundlagen von Geschäftsmodellen und -prozessen in der Digitalen Wirtschaft. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Harwardt, M., Niermann, P.F.J., Schmutte, A.M. &amp; Steuernagel, A. (Hrsg.) (2022). Praxisbeispiele der Digitalisierung. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Digital Business</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0419
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Begriffe und Definitionen&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Historische und aktuelle Entwicklungen&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Digitale Geschäftsmodelle&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Aspekte des Marketing-Mix im digitalen Business&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Digitale Technologien und Systeme&lt;/li&gt;</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Appelfeller, W., Feldmann, C. (2023). &lt;em&gt;Die digitale Transformation des Unternehmens : Systematischer Leitfaden mit zehn Elementen zur Strukturierung und Reifegradmessung&lt;/em&gt;. Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kollmann, T. (2022). &lt;em&gt;Digital Business: Grundlagen von Geschäftsmodellen und -prozessen in der Digitalen Wirtschaft. Springer Gabler&lt;/em&gt;, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Harwardt, M., Niermann, P.F.J., Schmutte, A.M. &amp; Steuernagel, A. (Hrsg.) (2022). &lt;em&gt;Praxisbeispiele der Digitalisierung&lt;/em&gt;. Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> </ul>

## WP-27: Risk Management (HROD3)

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Privatrecht, strategische Unternehmensführung	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar	
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- theoretische und praktische Kompetenzen erwerben, um ein ganzheitliches Risikomanagementsystem zu verstehen, aufzubauen und zu bewerten</li> <li>- die Einordnung des Risikomanagements in die Corporate Governance verstehen</li> <li>- den holistischen Ansatz und die Prozessperspektive des Risikomanagements sowie dessen Methodenvielfalt und Verankerung in der Entscheidungsfindung begreifen</li> <li>- sensibilisiert sein für die Schnittstellen zwischen Wirtschaftspsychologie und Risikomanagementaspekten und -prozessen sowie für die Herausforderungen bei der Einrichtung bzw. Weiterentwicklung eines Risikomanagements in einer Organisation</li> <li>- das notwendige Normenverständnis durch die Kenntnis der gesetzlichen Grundlagen, insbesondere der praxisrelevanten ganzheitlichen Modelle (COSO-Enterprise Risk Management, ISO 31000, Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk) sowie Three-Lines-Modell) erlangen</li> </ul>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
<b>ECTS</b>	5,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90)	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dipl.-Kfm. Ulrich Bantleon	
<b>Empfohlenes Semester</b>	6. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Risk Management</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	W0420
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einordnung in die Corporate Governance</li> <li>- Risikomanagement-Prozess</li> <li>- Schnittstellen von Wirtschaftspsychologie und Risikomanagement</li> <li>- Rechtlicher Rahmen des Risikomanagements</li> <li>- Modelle zur Umsetzung eines ganzheitlichen Risikomanagementansatzes, insbesondere COSO-Enterprise Risk Management, ISO 31000, MaRisk und das Three-Lines-Modell</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instrumente des Risikomanagements</li> <li>- Quantitative und qualitative Ansätze</li> <li>- Grenzen des Risikomanagements</li> <li>- Prüfung des Risikomanagements</li> <li>- Vorstellung von Praxisbeispielen</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amling/Bantleon: COSO-Regelwerk 2013 "Internal Control - Integrated Framework" - Neue Anforderungen an die Corporate Governance in Deutschland, WPg 2014, S. 343-353, IDW-Verlag, Düsseldorf</li> <li>- Bantleon/Schmidt/Singler: Impulse für das Risikomanagement in Deutschland COSO Enterprise Risk Management 2017 - Integration with Strategy and Integration, WPg 2019, S. 1134-1145, IDW Verlag, Düsseldorf.</li> <li>- Diederichs, M.: Risikomanagement und Risikocontrolling, 4. Aufl., Vahlen, München 2017.</li> <li>- Erben/Romeike: Allein auf stürmischer See, 3. Aufl., Wiley-VCH GmbH, Weinheim 2016.</li> <li>- Gleißner: Grundlagen des Risikomanagements, 3. Aufl., Verlag Franz Vahlen GmbH, München 2017.</li> <li>- Kahneman: Schnelles Denken, langsames Denken, 26. Aufl., Siedler Verlag, München 2012.</li> <li>- RMA e.V. (Hrsg.): Managemententscheidungen unter Risiko (Band 2 Schriftenreihe der RMA e.V.), Erich Schmidt Verlag, Berlin 2019.</li> <li>- Thalib: Der Schwarze Schwan, 4. Aufl., Pantheon Verlag, München 2018.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Risk Management</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	W0420
<b>SWS</b>	4,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Einordnung in die Corporate Governance&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Risikomanagement-Prozess &lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Schnittstellen von Wirtschaftspsychologie und Risikomanagement&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Rechtlicher Rahmen des Risikomanagements&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Modelle zur Umsetzung eines ganzheitlichen Risikomanagementansatzes, insbesondere COSO-Enterprise Risk Management, ISO 31000, MaRisk und das Three-Lines-Modell&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Instrumente des Risikomanagements&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Quantitative und qualitative Ansätze &lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Grenzen des Risikomanagements&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Prüfung des Risikomanagements&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Vorstellung von Praxisbeispielen&lt;/li&gt;</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Amling/Bantleon: COSO-Regelwerk 2013 &amp;#8222;Internal Control &amp;#8211; Integrated Framework&amp;#8220; &amp;#8211; Neue Anforderungen an die Corporate Governance in Deutschland, WPg 2014, S. 343-353, IDW-Verlag, Düsseldorf</li> <li>&amp;#8211; Bantleon/Schmidt/Singler: Impulse für das Risikomanagement in Deutschland COSO Enterprise Risk Management 2017 - Integration with Strategy and Integration, WPg 2019, S. 1134-1145, IDW Verlag, Düsseldorf.</li> <li>&amp;#8211; Diederichs, M.: Risikomanagement und Risikocontrolling, 4. Aufl., Vahlen, München 2017.</li> <li>&amp;#8211; Erben/Romeike: Allein auf stürmischer See, 3. Aufl., Wiley-VCH GmbH, Weinheim 2016.</li> <li>&amp;#8211; Gleißner: Grundlagen des Risikomanagements, 3. Aufl., Verlag Franz Vahlen GmbH, München 2017.</li> <li>&amp;#8211; Kahneman: Schnelles Denken, langsames Denken, 26. Aufl., Siedler Verlag, München 2012.</li> <li>&amp;#8211; RMA e.V. (Hrsg.): Managemententscheidungen unter Risiko (Band 2 Schriftenreihe der RMA e.V.), Erich Schmidt Verlag, Berlin 2019.</li> <li>&amp;#8211; Thalib: Der Schwarze Schwan, 4. Aufl., Pantheon Verlag, München 2018.</li> </ul>

	<p>die Corporate Governance in Deutschland, WPg 2014, S. 343-353, IDW-Verlag, Düsseldorf</p> <p>Bantleon/Schmidt/Singler: Impulse für das Risikomanagement in Deutschland COSO Enterprise Risk Management 2017 &amp;#8211; Integration with Strategy and Integration, WPg 2019, S. 1134-1145, IDW Verlag, Düsseldorf.</p> <p>Diederichs, M.: Risikomanagement und Risikocontrolling, 4. Aufl., Vahlen, München 2017.</p> <p>Erben/Romeike: Allein auf stürmischer See, 3. Aufl., Wiley-VCH GmbH, Weinheim 2016.</p> <p>Gleißner: Grundlagen des Risikomanagements, 3. Aufl., Verlag Franz Vahlen GmbH, München 2017.</p> <p>Kahneman: Schnelles Denken, langsames Denken, 26. Aufl., Siedler Verlag, München 2012.</p> <p>RMA e.V. (Hrsg.): Managemententscheidungen unter Risiko (Band 2 Schriftenreihe der RMA e.V.), Erich Schmidt Verlag, Berlin 2019.</p> <p>Thalib: Der Schwarze Schwan, 4. Aufl., Pantheon Verlag, München 2018.</p>
--	---

## WP-28: Evidence Based Management (MOM1)

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Konsumentenpsychologie und Marketing, Digital Work						
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar						
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Herausforderungen einschätzen, die Unternehmen in ihren Märkten zu bewältigen haben</li> <li>- Aufgaben und Entscheidungsprobleme aus der Managementperspektive analysieren sowie deren Auswirkungen im Hinblick auf potenzielle Märkte und Geschäftsbereiche diskutieren.</li> <li>- Instrumente und Techniken anwenden, die dazu beitragen, Unternehmen nachhaltig erfolgreich auszurichten</li> <li>- theoretische Kenntnisse in den Themenfeldern Marktforschung, Marketingmanagement sowie Marketing- und Vertriebsrecht erwerben und vertiefen</li> <li>- fortgeschrittene Analysefähigkeiten entwickeln und Problemlösungsansätze identifizieren und anwenden</li> <li>- typische Rechtsprobleme im Marketing vor Hintergrund grundlegender rechtliche Rahmenbedingungen einordnen</li> </ul>						
<b>Dauer</b>	1 Semester						
<b>SWS</b>	6 SWS						
<b>Aufwand</b>	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Lehrveranstaltung:</td> <td>90,00 h</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium/Gruppenarbeit:</td> <td>180,00 h</td> </tr> <tr> <td>Workload:</td> <td>270,00 h</td> </tr> </table>	Lehrveranstaltung:	90,00 h	Selbststudium/Gruppenarbeit:	180,00 h	Workload:	270,00 h
Lehrveranstaltung:	90,00 h						
Selbststudium/Gruppenarbeit:	180,00 h						
Workload:	270,00 h						
<b>ECTS</b>	9,00 ECTS						
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung Klausur (K90) + Praktische Arbeit (PA)						
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Alexandra Kraus						

Empfohlenes Semester	6. Semester
Häufigkeit	jedes Semester
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Recht im Marketing</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0402
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<p>Das Modul "Recht im Marketing" bietet eine umfassende Einführung in die rechtlichen Grundlagen und Herausforderungen, die für Marketingfachleute im Kontext der Wirtschaftspsychologie von Bedeutung sind. Die Lehrveranstaltung deckt ein breites Themenspektrum ab, das von den Grundlagen des Marken- und Urheberrechts über das Wettbewerbsrecht und Verbraucherschutzgesetze bis hin zu datenschutzrechtlichen Anforderungen im Marketing reicht. Ein besonderer Fokus liegt auf den spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen des digitalen Marketings, einschließlich Online-Werbung, Social Media und E-Commerce.</p> <p>Lernziele und vermittelte Kompetenzen:                      Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wesentliche rechtliche Konzepte und Rahmenbedingungen im Marketing zu verstehen und zu interpretieren.</li> <li>2. Rechtliche Risiken und Herausforderungen in verschiedenen Marketingstrategien zu identifizieren und zu analysieren.</li> <li>3. Rechtskonforme Marketingkonzepte zu entwickeln und umzusetzen.</li> <li>4. Die ethischen Implikationen von Marketingentscheidungen zu bewerten und verantwortungsvoll zu handeln.</li> </ol>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erforderliche Gesetzestexte: Wettbewerbsrecht Kartellrecht, beck, aktuelle Auflage EU-DSGVO</li> <li>- Vorlesungsbegleitend: Birk/Löffler/Boos, Marketing- und Vertriebsrecht, 2. Aufl., München 2020 Beck Online, <a href="http://www.beck-online.beck.de">www.beck-online.beck.de</a> (hochschulintern kostenloser Zugang)</li> <li>- Ergänzend: Zerres/Zerres, Marketingrecht, Heidelberg 2018</li> <li>- Vertiefend: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 40. Auflage 2022</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Marktforschung</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0413
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Marktforschung</li> <li>- Strukturen-entdeckende Datenanalyseverfahren</li> <li>- Strukturen-prüfende Datenanalyseverfahren</li> </ul>

	- Praxis der Marktforschung
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Reiber, R. (2018). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (15. Aufl.). Berlin: Springer. - Bruner, Gordon. (2013). Marketing Scales Handbook: Multi-Item Measures for Consumer Insight Research (Volume 7). - Malhotra, Naresh K. (2009), "Marketing Research: An Applied Orientation", 6th edition, Prentice Hall.

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Marktforschung</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0413
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul> <li>Grundlagen der Marktforschung</li> <li>Strukturen-entdeckende Datenanalyseverfahren</li> <li>Strukturen-prüfende Datenanalyseverfahren</li> <li>Praxis der Marktforschung</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul> <li>Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Reiber, R. (2018). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (15. Aufl.). Berlin: Springer.</li> <li>Bruner, Gordon. (2013). Marketing Scales Handbook: Multi-Item Measures for Consumer Insight Research (Volume 7).</li> <li>Malhotra, Naresh K. (2009), "Marketing Research: An Applied Orientation", 6th edition, Prentice Hall.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Marktorientierte Unternehmensführung</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0414
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul> <li>Grundlagen der Unternehmensführung</li> <li>Unternehmen im digitalen Wandel</li> <li>Unternehmensplanung mit Fokus auf Analyse, Ziel- und Strategieentwicklung</li> <li>Management und Entscheiden</li> <li>Fallbeispiele und Impulse aus der Unternehmenspraxis</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de

<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Blöcher, A. (2020). Entrepreneurship. Unternehmerische Herausforderungen der Planung und Organisation erfolgreich meistern. Kohlhammer Verlag.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Bruhn, M. (2023). Marketingübungen &amp;#8211; Basiswissen, Aufgaben, Lösungen, Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Davis, Mark H., Hall, Jennifer, A., Mayer, Pamela S. (2015): Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. In: Consulting Psychology Journal: Practice and Research.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Frank, K. (2023). Die Smarte Marketing-Mix-Werkstatt- Eine Lösung fu&amp;#776;r die unterschätzte Herausforderung der Abhängigkeiten unter den Instrumenten im Marketing-Mix.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Hirth, S. &amp; Markert, T. (2023). Neue Perspektiven auf Strategie und Innovation - Success &amp; Failure Stories aus der Praxis deutscher Industrieunternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Lippold, D. (2021). Marktorientierte Unternehmensführung und Digitalisierung: Management im digitalen Wandel. Du Gruyter, Berlin/Boston.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Lippold, D. (2019). Marktorientierte Unternehmensplanung. essentials. Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Seebacher, U. (2023). Praxishandbuch B2B-Marketing - Neueste Konzepte, Strategien und Technologien sowie praxiserprobte Vorgehensmodelle &amp;#8211; mit 14 Fallstudien, Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Schuster, G. (2023). Nachhaltiges Markenmanagement Innovative Unternehmenspraxis: Insights, Strategien und Impulse, Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Tomczak, T. (2023). Marketingplanung &amp;#8211; Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung, Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> </ul> <p>&lt;p&gt;Weitere relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.&lt;/p&gt;</p>
------------------	---

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Marktorientierte Unternehmensführung</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	W0414
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Unternehmensführung</li> <li>- Unternehmen im digitalen Wandel</li> <li>- Unternehmensplanung mit Fokus auf Analyse, Ziel- und Strategieentwicklung</li> <li>- Management und Entscheiden</li> <li>- Fallbeispiele und Impulse aus der Unternehmenspraxis</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	- Blöcher, A. (2020). Entrepreneurship. Unternehmerische

	<p>Herausforderungen der Planung und Organisation erfolgreich meistern. Kohlhammer Verlag.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bruhn, M. (2023). Marketingübungen - Basiswissen, Aufgaben, Lösungen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Davis, Mark H., Hall, Jennifer, A., Mayer, Pamela S. (2015): Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. In: Consulting Psychology Journal: Practice and Research.</li> <li>- Frank, K. (2023). Die Smarte Marketing-Mix-Werkstatt- Eine Lösung für die unterschätzte Herausforderung der Abhängigkeiten unter den Instrumenten im Marketing-Mix.</li> <li>- Hirth, S. &amp; Markert, T. (2023). Neue Perspektiven auf Strategie und Innovation - Success &amp; Failure Stories aus der Praxis deutscher Industrieunternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Lippold, D. (2021). Marktorientierte Unternehmensführung und Digitalisierung: Management im digitalen Wandel. Du Gruyter, Berlin/Boston.</li> <li>- Lippold, D. (2019). Marktorientierte Unternehmensplanung. essentials. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Seebacher, U. (2023). Praxishandbuch B2B-Marketing - Neueste Konzepte, Strategien und Technologien sowie praxiserprobte Vorgehensmodelle - mit 14 Fallstudien, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Schuster, G. (2023). Nachhaltiges Markenmanagement Innovative Unternehmenspraxis: Insights, Strategien und Impulse, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Tomczak, T. (2023). Marketingplanung - Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsfeldplanung, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> </ul> <p>Weitere relevante Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
--	---

## WP-29: Vertriebsmanagement (MOM2)

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Konsumentenpsychologie und Marketing, Digital Work
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Customer Relationship Management (CRM) als kundenorientierte Unternehmensausrichtung verstehen und strategische Frameworks anwenden</li> <li>- die Grundlagen des CRM auf praxisnahe Fragestellungen anwenden</li> <li>- aufzeigen, welche Veränderungen die Einführung eines CRM in den verschiedenen Bereichen eines Unternehmens erfordert</li> <li>- die grundlegenden Aspekte eines Geschäftsmodells verstehen</li> <li>- aufzeigen, welche Ausprägungen des Vertriebs es gibt (sowohl im B2B wie auch im B2C)</li> <li>- die Herausforderungen im Vertrieb analysieren, strukturieren und klassifizieren</li> <li>- "Ist-Situationen" im Vertrieb analysieren und bewerten</li> <li>- mögliche Lösungsansätze im Vertriebsmanagement erarbeiten und deren Implementierung planen</li> </ul>

Dauer	1 Semester	
SWS	4 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	60,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	120,00 h
	Workload:	180,00 h
ECTS	6,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K90)	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Andrea Müller	
Empfohlenes Semester	6. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Customer Relationship Management</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	W0415
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Einführung in das Customer Relationship Management (CRM)&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kundenzufriedenheit&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kundenwert und Customer Equity&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kundengewinnung &amp; -migration&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kundenbindung&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Customer Engagement&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Abwanderungsprävention und Kundenrückgewinnung&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Customer Journey&lt;/li&gt;</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Bruhn, M., (2016), Kundenorientierung: Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), 5. Aufl., Beck im dtv.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Bruhn, M.; Homburg, Ch. (2017): Handbuch Kundenbindungsmanagement: Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM, 8. Aufl., Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Helmke, St., Uebel, M., &amp; Dangelmaier, W., (2024), Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte &amp;#8211; Organisation, 7. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Homburg, Ch. (2016): Kundenzufriedenheit: Konzepte &amp;#8211; Methoden &amp;#8211; Erfahrungen, 9. Aufl., Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Homburg, C., Wieseke, J. (2011). Handbuch Vertriebsmanagement: Strategie &amp;#8211; Führung &amp;#8211; Informationsmanagement &amp;#8211; CRM. Gabler Verlag Wiesbaden.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kreutzer, R.T., (2015), Kundenbeziehungsmanagement im digitalen Zeitalter: Konzepte, Erfolgsfaktoren, Handlungsideen, 1. Aufl., W. Kohlhammer.&lt;/li&gt;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>O'Gorman, S. (2024). Customer Centricity Innovative Unternehmenspraxis: Insights, Strategien und Impulse, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> </ul>
--	---

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Customer Relationship Management</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	W0415
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in das Customer Relationship Management (CRM)</li> <li>- Kundenzufriedenheit</li> <li>- Kundenwert und Customer Equity</li> <li>- Kundengewinnung &amp; -migration</li> <li>- Kundenbindung</li> <li>- Customer Engagement</li> <li>- Abwanderungsprävention und Kundenrückgewinnung</li> <li>- Customer Journey</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bruhn, M., (2016), Kundenorientierung: Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), 5. Aufl., Beck im dtv.</li> <li>- Bruhn, M.; Homburg, Ch. (2017): Handbuch Kundenbindungsmanagement: Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM, 8. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>- Helmke, St., Uebel, M., &amp; Dangelmaier, W., (2024), Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation, 7. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Homburg, Ch. (2016): Kundenzufriedenheit: Konzepte - Methoden - Erfahrungen, 9. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>- Homburg, C., Wieseke, J. (2011). Handbuch Vertriebsmanagement: Strategie - Führung - Informationsmanagement - CRM. Gabler Verlag Wiesbaden.</li> <li>- Kreutzer, R.T., (2015), Kundenbeziehungsmanagement im digitalen Zeitalter: Konzepte, Erfolgsfaktoren, Handlungsideen, 1. Aufl., W. Kohlhammer.</li> <li>- O'Gorman, S. (2024). Customer Centricity Innovative Unternehmenspraxis: Insights, Strategien und Impulse, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> </ul>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Vertriebsmanagement Praxis</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	W0416
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Grundlagen des Vertriebsmanagements&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Business Model Canvas (BMC)&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Management und Vertrieb (incl. Sunzi)&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Der Vertriebsplan eines Produktes bzw. einer Dienstleistung&lt;/li&gt;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sales Excellence und Softskills im Vertrieb</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Albers, S., Krafft, M. (2013). Vertriebsmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>Binkebank, L. (2023). Digitalisierung im Vertrieb - Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>Buchenau, P. (Hrsg.) (2022). Chefsache Strategisches Vertriebsmanagement. Chefsache. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>Osterwald und Pigneur (2012): Business Modell Generation, ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag</li> <li>Drucker, P. F. (2010): Was ist Management? Das Beste aus 50 Jahren, ECON Verlag</li> <li>Hirth, S. &amp; Markert, T. (2023). Neue Perspektiven auf Strategie und Innovation - Success &amp; Failure Stories aus der Praxis deutscher Industrieunternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>Homburg, C., Wieseke, J. (2011). Handbuch Vertriebsmanagement: Strategie &amp; Führung &amp; Informationsmanagement &amp; CRM. Gabler Verlag Wiesbaden.</li> <li>Homburg, C., Schäfer, H., Schneider, J. (2012). Sales Excellence. Management for Professionals. Springer, Berlin, Heidelberg.</li> <li>Kleinaltenkamp, M. (2009): Technischer Vertrieb, eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing, VDI Buch, Saab, 2009</li> <li>Kühnapfel, J.B. (2023). Vertriebsprognosen Methoden für die Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>Rothe, L. (2023). Marketing &amp; Innovation 2023 - Future Shopping &amp; der Handel in der (Nach-)Coronazeit, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>Terstiege, M. (2023). Diversität in Marketing &amp; Sales, Best Practices von Agenturen, Beratungen und Unternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> </ul> <p>Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Vertriebsmanagement Praxis</b>	
Art	Seminar
Nr.	W0416
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Vertriebsmanagements</li> <li>- Business Model Canvas (BMC)</li> <li>- Management und Vertrieb (incl. Sunzi)</li> <li>- Der Vertriebsplan eines Produktes bzw. einer Dienstleistung</li> <li>- Sales Excellence und Softskills im Vertrieb</li> </ul>

<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Albers, S., Krafft, M. (2013). Vertriebsmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Binkebank, L. (2023). Digitalisierung im Vertrieb - Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Buchenau, P. (Hrsg.) (2022). Chefsache Strategisches Vertriebsmanagement. Chefsache. Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Osterwald und Pigneur (2012): Business Modell Generation, ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag</li> <li>- Drucker, P. F. (2010): Was ist Management? Das Beste aus 50 Jahren, ECON Verlag</li> <li>- Hirth, S. &amp; Markert, T. (2023). Neue Perspektiven auf Strategie und Innovation - Success &amp; Failure Stories aus der Praxis deutscher Industrieunternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Homburg, C., Wieseke, J. (2011). Handbuch Vertriebsmanagement: Strategie - Führung - Informationsmanagement - CRM. Gabler Verlag Wiesbaden.</li> <li>- Homburg, C., Schäfer, H., Schneider, J. (2012). Sales Excellence. Management for Professionals. Springer, Berlin, Heidelberg.</li> <li>- Kleinaltenkamp, M. (2009): Technischer Vertrieb, eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing, VDI Buch, Saab, 2009</li> <li>- Kühnapfel, J.B. (2023). Vertriebsprognosen Methoden für die Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Rothe, L. (2023). Marketing &amp; Innovation 2023 - Future Shopping - der Handel in der (Nach-)Coronazeit, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> <li>- Terstiege, M. (2023). Diversität in Marketing &amp; Sales, Best Practices von Agenturen, Beratungen und Unternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.</li> </ul> <p>Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

## WP-30: Markt- und Werbepsychologie (MOM3)

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie, Konsumentenpsychologie und Marketing	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar	
<b>Lernziele</b>	<p>Am Ende der Lehrveranstaltung können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die wichtigsten Forschungsfelder überblicken.</li> <li>- die theoretischen Modelle und Konzepte der Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie erkennen und anwenden.</li> <li>- am Beispiel von Fallstudien und Übungen das erzielte Wissen praktisch anwenden und vertiefen.</li> <li>- Phänomene des Konsumentenverhaltens erklären und lernen, markt-, werbe- und konsumentenpsychologische Studien zu planen und durchzuführen.</li> </ul>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	4 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	60,00 h

	Selbststudium/Gruppenarbeit:	90,00 h
	Workload:	150,00 h
ECTS	5,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung Klausur (K90)	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Alexandra Kraus	
Empfohlenes Semester	6. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

LEHRVERANSTALTUNG: Markt- und Werbepsychologie	
Art	Seminar
Nr.	W0417
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Überblick über klassische und aktuelle Anwendungsfelder der Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie (z. B. Markenmanagement, Entscheidungsforschung, Neuromarketing)&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Anwendungen im Bereich Medienkommunikation&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Aktuelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der digitalen Kommunikation und der Gestaltung von Medien Durchführung markt-, werbe- und konsumentenpsychologischer Studien&lt;/li&gt;</li> </ul>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;li&gt;Bak, P.M., (2024), Werbe- und Konsumentenpsychologie: eine Einführung, 3. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Felser, G., (2023), Werbe- und Konsumentenpsychologie, 5. Auflage, Berlin, Springer.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Esch, F.-R., (2017), &lt;em&gt;Strategie und Technik der Markenführung,&lt;/em&gt; 9. Aufl., München, Vahlen.&lt;/li&gt;</li> <li>&lt;li&gt;Kroeber-Riel, W., &amp; Esch, F.-R., (2015), &lt;em&gt;Strategie und Technik der Werbung,&lt;/em&gt; 8. Aufl., Stuttgart, Kohlhammer.&lt;/li&gt;</li> </ul>

LEHRVERANSTALTUNG: Markt- und Werbepsychologie	
Art	Seminar
Nr.	W0417
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Überblick über klassische und aktuelle Anwendungsfelder der Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie (z. B. Markenmanagement, Entscheidungsforschung, Neuromarketing)</li> <li>- Anwendungen im Bereich Medienkommunikation</li> <li>- Aktuelle Herausforderungen im Zusammenhang mit der digitalen Kommunikation und der Gestaltung von Medien Durchführung markt-,</li> </ul>

	werbe- und konsumentenpsychologischer Studien
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bak, P.M., (2024), Werbe- und Konsumentenpsychologie: eine Einführung, 3. Aufl., Stuttgart, Schäffer-Poeschel.</li> <li>- Felser, G., (2023), Werbe- und Konsumentenpsychologie, 5. Auflage, Berlin, Springer.</li> <li>- Esch, F.-R., (2017), Strategie und Technik der Markenführung, 9. Aufl., München, Vahlen.</li> <li>- Kroeber-Riel, W., &amp; Esch, F.-R., (2015), Strategie und Technik der Werbung, 8. Aufl., Stuttgart, Kohlhammer.</li> </ul>

# 7. Semester

WP-31: Wahlpflichtfächer

WP-32: Bachelor-Thesis

## WP-31: Wahlpflichtfächer

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Allgemeine Psychologie, Sozialpsychologie, Marketing 1, Markt- und Werbepsychologie	
<b>Lehrform</b>	Fachspezifisch	
<b>Lernziele</b>	<p>Mit der Auswahl der angebotenen Wahlpflichtfächer können die Studierenden ihr Studium in verschiedene Richtungen gestalten, und zwar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- durch eine inhaltliche Ergänzung der Studieninhalte,</li> <li>- durch eine methodische Ergänzung der Studieninhalte.</li> <li>- durch eine Ergänzung zur Erweiterung des gesellschaftlichen und politischen Hintergrunds oder</li> <li>- durch persönliche Neigungen und Interessen.</li> </ul> <p>- Die Studierenden erwerben fundierte sowie auch vertiefende Fachkenntnisse in den entsprechenden Lehrveranstaltungen und können diese auf praktische Anwendungsfälle unternehmensnah anwenden.</p>	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	8 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	120,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	240,00 h
	Workload:	360,00 h
<b>ECTS</b>	12,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	je nach Wahlpflichtfach	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Julia Roederer	
<b>Empfohlenes Semester</b>	7. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Wirtschaftspsychologie (Bachelor)	

## WP-32: Bachelor-Thesis

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	"Der erfolgreiche Abschluss des ersten Studienabschnitts, die erfolgreiche Teilnahme am betriebspraktischen Studiensemester sowie das Vorliegen von 40 Credits aus anderen Modulen des zweiten Studienabschnitts." (§ 21 Abs. 2 iVm § 49 Abs. 11 Bachelor-StuPO)
<b>Lehrform</b>	Wissenschaftl. Arbeit/Sem
<b>Lernziele</b>	<p>Durch die Abschlussarbeit sollen die Studierenden die Befähigung erlangen, sich eigenständig mit einer fachbezogenen Aufgabenstellung auseinander zu setzen und hierüber eine schriftliche Abhandlung innerhalb einer vorgegebenen Frist zu erstellen.</p> <p>Das Kolloquium dient der Präsentation der erzielten Resultate sowie der Beschreibung und Durchführung des eigenständigen Projekts.</p> <p>Die Bachelorarbeit stellt damit den Abschluss des Studiums dar und wird mit einem 20-minütigen Vortrag im Kolloquium präsentiert.</p>
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	2 SWS

Aufwand	Lehrveranstaltung:	30,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	420,00 h
	Workload:	450,00 h
ECTS	15,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Bachelor-Thesis: Abschlussarbeit Kolloquium: Referat	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Julia Roederer	
Empfohlenes Semester	7. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit		