

Wirtschaftspsychologie

Business Psychology

Bachelor of Science

Modulhandbuch

Studienplan B-SPO 12

Gültig für das Studium mit Studienbeginn ab WS 2023/2024

Sommersemester 24

Stand: 15.3.2024



Fakultät Wirtschaft und Recht

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1 Modulübersicht „Bachelor of Science“ im Studiengang Wirtschaftspsychologie (WiPsy)	
*Modules “Bachelor of Science” Business Psychology	5
2 Basisstudium *Basic Studies (1. – 4. Semester)	7
Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre	7
*Introduction to Business Administration an Organisational Theory	7
Wirtschaftsmathematik	13
*Mathematics for Business	13
Marketing	17
*Marketing	17
Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	22
*General Elective Studies	22
Kommunikation und Teammanagement	26
*Communication and Teammanagement	26
Bio- und Neuropsychologie: Wahrnehmen, Lernen, Denken	35
*Biopsychology and Neuropsychology: Perception, Learning, Thinking	35
Rechnungswesen	39
*Business Accounting	39
Personalmanagement und Mitarbeiterführung	44
*Human Resources Management and Leadership	44
Finanz- und Investitionswirtschaft	49
*Finance and Investment	49
Sozialpsychologie	54
*Social Psychology	54
Einführung in die empirische Sozialforschung	58
*Introduction to Empirical Social Research	58
Allgemeine Psychologie: Emotion, Motivation, Handeln	62
*General Psychology: Emotion, Motivation, Action	62
Wirtschaftsprivatrecht	64
*Private Business Law	64
Differentielle Psychologie und Diagnostik	67
*Differential Psychology and Diagnostics	67
Statistik	71
*Statistics	71
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	75
*Introduction to Economics	75
Konsum- und Werbepsychologie	81
*Consumer and Advertising Psychology	81
Fachsprache Englisch	85
* English for special Purposes	85
Strategisches Management und Change	91
*Strategic Management and Change	91
Arbeitsrecht und Mediation	94
*Labour Law and Mediation	94
Behavioral Finance	99
*Behavioral Finance	99

Fakultät Wirtschaft und Recht

Medienpsychologie	104
*Media Psychology	104
Arbeits- und Organisationspsychologie	108
*Work and Organizational Psychology	108
3 Praktisches Studiensemester *Internship (5. Semester)	112
Praktisches Studiensemester	112
*Internship	112
4 Schwerpunktstudium *Specialisation Studies (6. – 7. Semester)	117
Fall- und Projektstudien Wirtschaftspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen	117
*Seminar on Economic Policy and International Economic Relations	117
Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 1 – 2	120
*Specific Elective 1 - 2	120
Bachelorarbeit	124
*Bachelor Thesis/ Dissertation	124
5 Schwerpunktmodule (SPM) *Specialization Modules	132
Compliance Management (SPM)	132
*Compliance Management (Specialization Modul)	132
Controlling (SPM)	142
*Controlling (Specialization Modul)	142
Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship (SPM)	147
*Digital Business Models and Entrepreneurship (Specialization Module)	147
Einkauf & Qualitätsmanagement (SPM)	152
*Procurement & Quality Management (Specialization Modul)	152
Finance (SPM)	157
*Finance (Specialization Modul)	157
Human Resources Management (SPM)	164
*Human Resources Management (Specialization Modul)	164
Immobilienmanagement (SPM)	168
*Real Estate Management (Specialization Modul)	168
International Sales (SPM)	172
*International Sales (Specialization Modul)	172
Internationales Management (SPM)	178
*International Management (Specialization Modul)	178
Markenmanagement und Recht (SPM)	182
*Trade Mark Management and Law (Specialization Modul)	182
Marketingkonzeptionen (SPM)	188
*Marketing Conceptions (Specialization Modul)	188
Marktpsychologie (SPM)	194
*Market Psychology (Specialization Modul)	194
Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis (SPM)	198
*Medium-sized business management in corporate practice (Spec. Mod.)	198
Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie (SPM)	204
*Sustainable Value Chains and Digital Economy	204
Personalpsychologie (SPM)	210
*Personnel Psychology (Specialization Modul)	210
Rechtsfragen des Personalmanagements (SPM)	214

Fakultät Wirtschaft und Recht

*Law of Human Resources Management (Specialization Modul)	214
Restrukturierung und Insolvenz (SPM)	220
*Restructuring and Insolvency (Specialization Modul)	220



1 Modulübersicht „Bachelor of Science“ im Studiengang Wirtschaftspsychologie (WiPsy)
**Modules „Bachelor of Science“ Business Psychology*

Dekan/ Dean
Prof. Dr. Webersinke

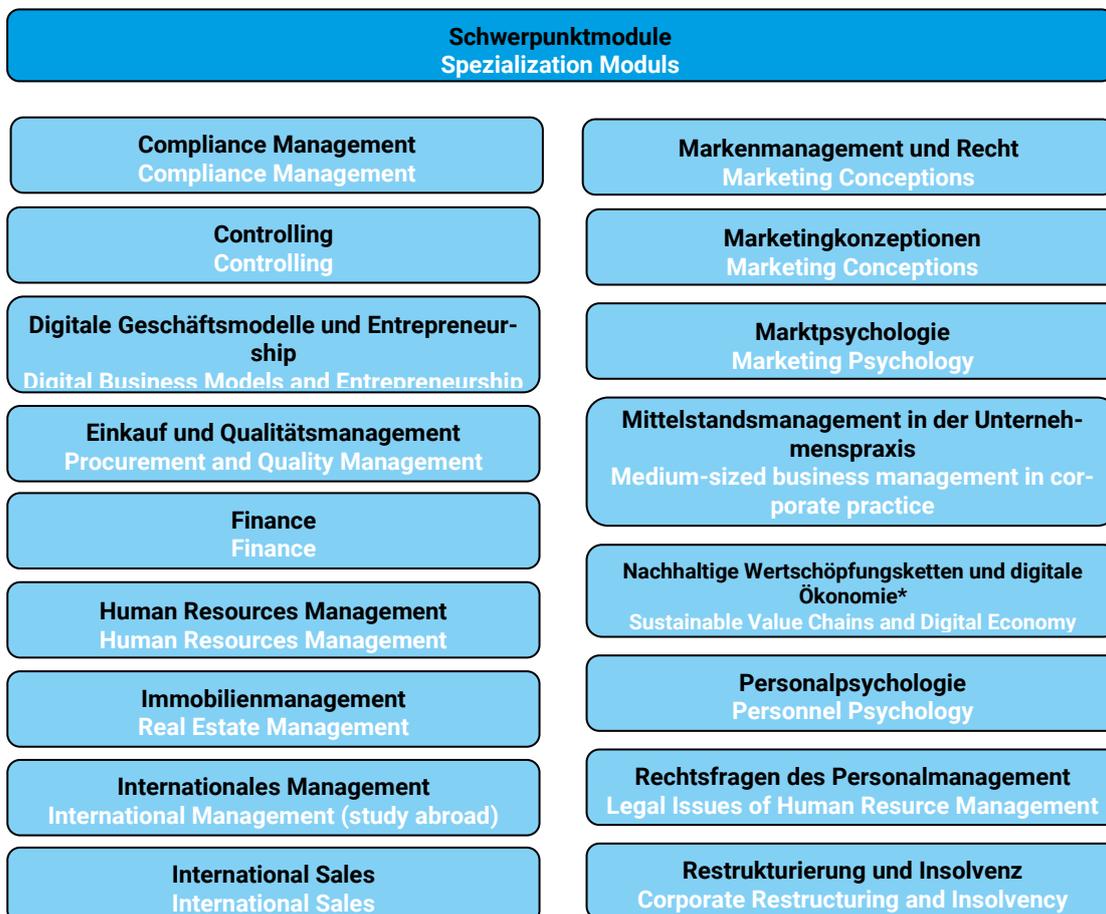
Studiengangsleiter Wirtschaftspsychologie/ Business Psychology Prof. Dr. Achenbach

Pflichtmodule - Basisstudium
**Compulsory Modules - Basic Studies*
1. – 4. Semester

<p>Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre* <i>Introduction to Business Administration and Organisational Theory</i></p>	<p>Motivation und Handeln <i>Motivation and Action</i></p>
<p>Wirtschaftsmathematik* <i>Mathematics for Business</i></p>	<p>Wirtschaftsprivatrecht <i>Private Business Law I</i></p>
<p>Grundlagen der Psychologie* <i>Introduction to Psychology</i></p>	<p>Unternehmensführung <i>Leadership and Management</i></p>
<p>Marketing <i>Marketing</i></p>	<p>Statistik <i>Statistics</i></p>
<p>Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul <i>General Elective</i></p>	<p>Grundlagen der Volkswirtschaftslehre <i>Introduction to Economics</i></p>
<p>Kommunikation und Teammanagement <i>Communication and Team Management</i></p>	<p>Medienpsychologie <i>Media Psychology</i></p>
<p>Rechnungswesen <i>Business Accounting</i></p>	<p>Fachsprache Englisch <i>English for Special Purposes</i></p>
<p>Personalmanagement und Mitarbeiterführung <i>Human Resources Management</i></p>	<p>Strategisches Management und Change <i>Strategic Management and Change</i></p>
<p>Finanz- und Investitionswirtschaft <i>Finance and Investment</i></p>	<p>Vertragsmanagement und Mediation <i>Contract Management and Mediation</i></p>
<p>Sozialpsychologie <i>Social Psychology</i></p>	<p>Behavioral Finance <i>Behavioral Finance</i></p>
<p>Arbeits- u. Organisationspsychologie <i>Occupational and Organisational Psychology</i></p>	<p>Konsum- und Werbepsychologie <i>Psychology for Purchasing and Advertising</i></p>
	<p>Einführung in die empirische Psychologie und Sozialforschung <i>Introduction to Empirical Psychology and Social Research</i></p>

* In den Orientierungs- und Grundlagenmodulen „Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre“, „Wirtschaftsmathematik“ und „Grundlagen der Psychologie“ ist bis zum Ende des zweiten Fachsemesters im Basisstudium eine Prüfung abzulegen.

* Exams must be taken for the orientation and introduction modules „Introduction to Business Administration and Organisational Theory“, „Mathematics for Business“ and „Introduction to Psychology“ by the end of the 2. semester in the Basic Studies period.



2 Basisstudium
***Basic Studies**
(1. – 4. Semester)

Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre			
*Introduction to Business Administration an Organisational Theory			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en)	2300	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre <i>Introduction to Business Administration</i>
	<i>Title of Course Unit</i>		Grundlagen der Organisationslehre <i>Introduction to Organisational Theory</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) 2300 (1.1 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Achenbach	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		5	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Keine <i>None</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Grundlagen der Organisationslehre <i>Written Exam (120 min):</i> <i>Introduction to Business Administration and Introduction to</i>	



	Organisational Theory
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p><u>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</u></p> <p>Studierende sind fähig, die wichtigsten Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre zu nennen. Sie sind in der Lage auf der Basis von betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Theorien, die Bedeutung betriebswirtschaftlicher Marktvorgänge und Finanzströme zu erfassen, zu beurteilen, zu gewichten und in betriebswirtschaftliche Entscheidungen überzuführen. Das Modul dient auch der Einführung in das betriebswirtschaftliche Denken und Handeln. Für die Studierenden bedeutet dies praktisch, dass Sie befähigt sind, selbstständig betriebswirtschaftliche Techniken und Methoden anzuwenden. Die Studierenden erarbeiten sich bei der Anwendung dieser Methoden diese Kompetenz auch in gemeinsamen Diskussionen und Übungen.</p> <p>Learn the basics of the management functions of an enterprise: Operational and strategic planning; goals; basic financial indicators of a company</p> <p>Organisationslehre / Organisation Theory</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, mit Blick auf Effizienz und Funktionalität, Organisationen betriebswirtschaftlich zu beurteilen.</p> <p>The students are able to assess organisations in terms of efficiency and functionality.</p> <p>Sie beherrschen Formen der Analyse und Interpretation von Aufbau und Ablauf von – und Verhalten in - Organisationen in Theorie und Praxis.</p> <p>They master forms of analysis and interpretation of structure and sequence of - and behavior in - organisations in theory and practice.</p> <p>Auch können Sie die Theorien vor dem Hintergrund ihrer Entstehungsgeschichte einordnen.</p> <p>They can also classify the theories against the background of their history.</p> <p>Sie sind befähigt in Grundzügen auf der Basis von Analyse, Beurteilung und Konzeption, Organisation strukturell und prozessual zu gestalten.</p>



	<p>They are capable of structurally and processually shaping the organisation on the basis of analysis, assessment and conception.</p>
<p>Lerninhalte Content</p>	<p><u>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</u></p> <p>Einsicht in das Problem der Abgrenzung der Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin und Sozialwissenschaft</p> <p>Konzeptionelle Ansätze zur Beschreibung ihres Erkenntnisgegenstandes. Basiskonzepte der Betriebswirtschaftslehre z.B. der entscheidungsorientierte Ansatz.</p> <p>Limbisches System und Motivationstheorie als Kernbereiche von Mitarbeiterführung und konsumtheoretischer Marktpositionierung.</p> <p>Kenntnis des Prozesses der betrieblichen Leistungserstellung und der sich daraus ergebenden Realgüterströme und Zahlungsvorgänge.</p> <p>Die wesentlichen betrieblichen Funktionsbereiche, die Hauptaufgaben und Zielsetzungen und das Zusammenwirken der funktionalen Bereiche.</p> <p>Einführung in die betriebliche Kosten- und Leistungsrechnung, die betriebswirtschaftlichen Zahlungsströme, ausgewählte, qualifizierte Basisziele in Kennzahlenform: Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Rentabilität und Liquidität.</p> <p>Leistungserstellung, Leistungsverwertung und finanzielle Sphäre und ihre Teilfunktionen, Aufgabenstellung und Zusammenhang der funktionalen Bereiche.</p> <p>Rechtsform privater und öffentlicher Unternehmungen vor dem Hintergrund konstitutiver Entscheidung wie Rechtsform- und Standortwahl</p> <p>Core terminology and philosophy underlying business administration, overview of the different forms and functions of a firm, financial breakdown of the company and its business processes.</p> <p><u>Grundlagen der Organisation</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, mit Blick auf Effizienz und Funktionalität, Organisationen betriebswirtschaftlich zu beurteilen.</p> <p>The students are able to assess organisations in terms of efficiency and functionality.</p>

	<p>Sie beherrschen Formen der Analyse und Interpretation von Aufbau und Verhalten in Organisationen in Theorie und Praxis.</p> <p>They master forms of analysis and interpretation of structure and sequence of - and behavior in - organisations in theory and practice.</p> <p>Auch können Sie Theorien zur Organisationslehre vor dem Hintergrund ihrer Entstehungsgeschichte einordnen.</p> <p>They can also classify the theories against the background of their history.</p> <p>Sie sind befähigt in Grundzügen auf der Basis von Analyse, Beurteilung und Konzeption, Organisationen strukturell zu gestalten.</p> <p>They are capable of structurally and processually shaping the organisation on the basis of analysis, assessment and conception.</p> <p>Die Studierenden lernen kennen und beherrschen in Grundzügen die Analyse von Unternehmenskulturen und des organisatorischen Wandels</p> <p>Students get to know the basic principles of Organisational Culture and Change Management in theory and practise and how to transform organisations.</p>
<p>Internationalität International applicability</p>	<p><u>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</u></p> <p>Gegeben über Grundlagenverständnis durch Verwendung internationaler Literatur und Beispiele im internationalen Kontext</p> <p><u>Grundlagen der Organisation</u></p> <p>Gegeben über Grundlagenverständnis durch Verwendung internationaler Literatur und Beispiele im internationalen Kontext</p> <p><u>Fundamentals of Business Administration</u></p> <p>Given basic understanding through the use of international literature and examples in an international context</p> <p><u>Fundamentals of organisation</u></p> <p>Given via basic understanding through the use of international literature and examples in an international context</p>
<p>Lehrmaterialien Bibliography</p>	<p><u>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Daft, R. (2013): The new Era of Management, 11th. ed., Florence (US)

	<ul style="list-style-type: none"> - Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management, 7.Aufl., Wiesbaden - Vahs, D./Schäfer-Kunz, J. (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 6.Aufl., Stuttgart - Skript in moodle für alle Student*innen hinterlegt; zudem Übungen, Rechnungen, cases <p><u>Grundlagen der Organisation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Daft, R. (2013): The new Era of Management, 11th. ed., Florence (US) - Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management, 7.Aufl., Wiesbaden - Vahs, D. (2019): Organisation, 10.Aufl. Stuttgart - Skript in moodle für alle Student*innen hinterlegt; zudem Übungen und cases
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht Lecture - Übung Practice
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre Introduction to Business Administration (2 SWS) / (3 ECTS) (Workload 90h; Kontaktzeit 30h, Selbststudium 60h) Grundlagen der Organisationslehre Introduction to Organisational Theory (2 SWS) / (2 ECTS) (Workload 60h; Kontaktzeit 30h, Selbststudium 30h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre Introduction to Business Administration and Organisational Theory (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every winter term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	<u>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre/Grundlagen der Organisation</u>

	<p>Die erworbenen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse helfen, die im Studium folgenden betriebswirtschaftlichen Module (wie z.B. Rechnungswesen und Investition und Finanzierung) und Schwerpunkt-Vertiefungen zielgerichtet und nach individueller Interessenslage wählen zu können. Die Veranstaltung Grundlagen der Organisation bereiten sowohl auf Module wie Unternehmensführung oder Strategisches Management und Change als auch auf wirtschaftspsychologische Module wie Motivation und Handeln und Arbeits- und Organisationspsychologie vor.</p> <p>Overview of business administration as a discipline to support students in choosing majors later in their studies.</p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Wirtschaftsmathematik			
<i>*Mathematics for Business</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2301	(1.2 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) <i>ECTS-Nr. (1.2 WiPsy – SPO11)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Wendler / Hr. Trappmann		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Wirtschaftsmathematik <i>Written Exam (120 min): Mathematics for Business</i> - Zusätzliche freiwillige Bonusleistung (i.S.v. §14 APO): Erfolgreiche Bearbeitung von vier Bonustests im Laufe des Semesters (die jeweiligen Bestehensgrenzen sowie der organisatorische Ablauf werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben). <i>Additional voluntary bonus achievements (in the sense of §14 APO): Successful completion of four bonus tests in the course of the semester (the respective pass limits and the organizational procedure will be announced at the beginning of the semester.</i> 		



<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die zur Lösung betrieblicher Probleme geeigneten grundlegenden mathematischen Modelle und Rechnungen auszuwählen und ihre Grenzen aufzuzeigen. Sie können die üblicherweise im Unternehmen anfallenden Berechnungen durchführen und die gewonnenen Ergebnisse sachgerecht interpretieren.</p> <p>Die Studierenden können die für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium erforderlichen mathematischen Verfahren und logischen Denkmodelle anwenden und sich selbständig in neue mathematische Verfahren einarbeiten.</p> <p><i>Students are able to select mathematical models and calculation techniques, which are appropriate for solving business problems. They can explain the limitations of those models. Students can do calculations and interpret their results.</i></p> <p><i>Students can apply mathematical approaches and reasoning in all relevant areas of a study of business administration. They are able to familiarise themselves with new mathematical issues.</i></p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Mathematische Grundkenntnisse (Arithmetik, lineare Gleichungssysteme, Folgen und Reihen)</p> <p>Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen und ihre ökonomischen Anwendungen</p> <p>Differentiation und ihre ökonomische Anwendung bei Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen (Differentiationsregeln, Kurvendiskussion, partielle Ableitung auch höherer Ordnung, Extremwertbestimmung unter Nebenbedingungen, Lagrange-Ansatz)</p> <p>Grundregeln der Integralrechnung.</p> <p>Überblick über die finanzmathematischen Methoden als Hilfsmittel für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen. Einfache Zinsrechnung; Zinseszinsrechnung und stetige Verzinsung; Renten- und Tilgungsrechnung; Kapitalwert und interner Zinsfuß; Effektivzinsbestimmung nach ICMA und 360-Tage-Methode .</p> <p><i>Key financial concepts (arithmetic, linear system of equations, sequences and series).</i></p> <p><i>Functions in one and more independent variables and their implementation in a business context.</i></p>



	<p>Differentiation of functions in one and more independent variables and their use in solving economic and business problems (rules of differentiation, curve sketching, partial differentiation of higher order, finding extremes with constraints, Lagrange multiplier).</p> <p>Basic rules of integral calculus.</p> <p>Overview of financial mathematics as tools for investment and financing decisions: simple, compound and continuous interest, annuities, extinction of debts by periodic payments, (net) present value and internal rate of return, calculation of effective rate of interest following ICMA.</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die erlernten mathematischen Konzepte gelten weltweit und sind im In- und Ausland die Grundlage sowohl für ein erfolgreiches Studium als auch das Arbeiten in der Praxis.</p> <p>Mathematical concepts in focus of this module are applicable worldwide and provide the basis for successful academic studies and work at home and abroad.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Auer, Benjamin; Seitz, Franz: Grundkurs Wirtschaftsmathematik - Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Preuß, Wolfgang; Wenisch, Günter: Lehr- und Übungsbuch Mathematik in Wirtschaft und Finanzwesen - Schwenkert, Rainer; Stry, Yvonne: Finanzmathematik kompakt - Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik - Foliensätze - Übungsaufgaben
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -

Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Wirtschaftsmathematik <i>Mathematics for Business</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die mathematischen Kenntnisse sind zwingend bei volks- und betriebswirtschaftlichen, insbesondere bei finanzwirt- schaftlichen und kostenrechnerischen Fragestellungen er- forderlich. <i>Mathematical skills are necessary in many areas of eco- nomics and business administration, especially in finance, investment and costing.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant stu- dents</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>



Marketing			
*Marketing			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2302	(1.3 WiPsy – B.Sc.– SPO 12)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Bertels / Prof. Dr. Keil		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i> Empfehlung: Kenntnisse in allgemeiner BWL <i>Recommendation: Basic knowledges of fundamentals of business management is helpful.</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Marketing <i>Written Exam (120min): Marketing</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung einer marktorientierten Unternehmensführung für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) darzulegen. Sie können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketings erklären. Die Studierenden sind fähig, die wesentlichen Einflussfaktoren des Kundenverhaltens zu systematisieren und zu be-		



	<p>schreiben. Sie können die grundlegenden Elemente der strategischen Situationsanalyse, der marktorientierten Strategieplanung, der Marktsegmentierung erläutern und auf konkrete Problemstellungen anwenden.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Inhalte der einzelnen Marketing-Instrumente darzustellen. Sie können eine zieladäquate Gestaltung der Marketing-Instrumente ableiten und daraus einen schlüssigen Marketing-Mix für kleine und mittlere Unternehmen entwickeln.</p> <p>Die Studierenden können die Ausgestaltung von Prozessen des Marketingmanagements gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.</p> <p>The students are able to point out the importance of a market driven management for small and medium-sized enterprises (SME). They are able to explain the basic concept, tasks and methods of marketing.</p> <p>The students are capable of systemising and describing the fundamental influencing factors of customer behaviour. They can explain and adopt the basic elements of strategic market analysis, market oriented strategic planning, market segmentation and market research.</p> <p>The students are able to describe the contents of marketing instruments. They can derive conclusive marketing activities and combine them for a coherent marketing mix of small and medium-sized enterprises (SME).</p> <p>The students are capable of discussing and improving the implementation of marketing management processes with experts.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><i>Grundlagen des Marketings:</i> Aufgabe und Rolle des Marketings, Marketingbegriff und Marketingphilosophie, Marketingziele, Unterschied zwischen strategischen und operativen Marketingentscheidungen, Katalog der Marketing-Instrumente unter der Berücksichtigung der Bedürfnisse kleiner und mittlerer Unternehmen.</p> <p><i>Situationsanalyse:</i> Unterschiedliche einzelne Perspektiven der Situationsanalyse (Wettbewerbs-, Ressourcen- und Nachfrageranalyse) sowie Möglichkeiten einer übergreifenden Situationsanalyse</p> <p><i>Grundlagen von Marketing Intelligence:</i> Aufbau des Marktforschungsprozesses, Methoden der Primärforschung und der Sekundärforschung.</p>

	<p><i>Käuferverhalten:</i> Verhaltenswissenschaftliche Hintergründe des Marketings, insbes. Typen von Kaufentscheidungen, Kaufprozess, Modell des Käuferverhaltens, Kommunikationsbedingungen, Beschaffungsentscheidungen von Organisationen</p> <p><i>Marketing-Strategien:</i> insbes. Marktsegmentierung, Positionierung, Markenpolitik, Wachstumsstrategien.</p> <p><i>Produktpolitik:</i> Produktpolitische Entscheidungen in sachlicher und zeitlicher Hinsicht, Entscheidungen im Rahmen der Produktprogramm- bzw. Sortimentspolitik</p> <p><i>Preispolitik:</i> Marktorientierte Preispolitik, Preisinformationen, Preisfindung und -gestaltung, Preisabwicklung.</p> <p><i>Distributionspolitik:</i> Direkter Vertrieb (Ziele, Erscheinungsformen, unterschiedliche Vertriebsstrukturen), indirekter Vertrieb (Organe und Erscheinungsformen), Multi-Channel-Vertrieb</p> <p><i>Kommunikationspolitik:</i> Grundlagen der Kommunikation, Kommunikationsinstrumente, Integrierte Kommunikation.</p> <p><i>Introduction:</i> function and role of marketing, marketing definition and marketing philosophy, marketing objectives, distinction between operative and strategic marketing decisions, review of marketing instruments, taking into account the needs of small and medium-sized enterprises (SME)</p> <p><i>Market analysis:</i> different perspectives for the market analysis (competitors, consumers and available resources of the own company), comprehensive market analysis</p> <p><i>Basics in marketing intelligence:</i> planning and carrying-out of market research projects, methods of primary and secondary marketing research</p> <p><i>Consumer behaviour:</i> basic theories of behavioural science, kinds of buying decisions, buying process, model of consumer behaviour, companies' purchase decisions</p> <p><i>Marketing strategy:</i> market segmentation, positioning, branding, growth strategies</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p><i>Product mix:</i> decisions concerning product policy (product elements, product development over time), product lines and assortments</p> <p><i>Pricing mix:</i> market oriented pricing, price information, price definition, price, conditions of payment and delivery</p> <p><i>Distribution mix:</i> direct sales (objectives, forms of appearance, different sales structure forms), indirect sales (institutions and forms of appearance), multi-channel-sales</p> <p><i>Communication mix:</i> fundamentals of communication, communication tools, integrated communication</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die Inhalte sind international anwendbar, werden aber nicht in Englisch vermittelt.</p> <p>This module can be applied in international context. Nevertheless, the contents are not provided in English.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Skript plus Literaturangaben, Fallstudien</p> <p>Lecture notes and case</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht Lecture - Übung Practice
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	-
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Marketing Marketing (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every summer term.</p>

<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das allgemeine betriebswirtschaftliche Verständnis sowie für die Schwerpunktmodule Marketingkonzeptionen und Marketing-Intelligence.</p> <p><i>This module provides required knowledge for the general comprehension of business management and for the following modules: marketing conceptions and marketing intelligence.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	
*General Elective Studies	
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>
	Beachte hierzu das Modulhandbuch Wahl(pflicht)veranstaltungen Please mind „Modulhandbuch Elective Studies“
Studiengang <i>Field of studies</i>	<p>Betriebswirtschaft Business Administration (Bachelor of Arts/ B.A.) (1.5 -BW – SPO 14)</p> <p>Betriebswirtschaft und Recht Business Administration and Law (Bachelor of Arts/ B.A.) / (Bachelor of Laws/ LL.B.) (1.5 -BWR – SPO 3)</p> <p>Internationales Immobilienmanagement International Real Estate Management (Bachelor of Arts / B.A.) (1.6 - IIM - SPO 2)</p> <p>Digitales Immobilienmanagement Digital Real Estate Management (Bachelor of Arts / B.A.) (1.6 – DIM – SPO 1)</p> <p>Wirtschaftspsychologie Business Psychology (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.4 – WiPsy – SPO 12)</p>
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Wendler
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4 Die Studierenden wählen aus dem aktuellen AWPM (Allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodul) – Angebot, je nach Interessenslage, zwei Einzelveranstaltungen mit 2 SWS oder ein allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul mit 4 SWS.

	The students choose from the current AWPM (Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtmodul) - offer, depending on their interests, two individual courses with 2 SWS or a general science elective module with 4 SWS.
Status <i>Type</i>	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul: Pflichtmodul mit Wahlmöglichkeiten. Die im jeweiligen Semester angebotenen allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule sind dem Studienplan des jeweiligen Semesters zu entnehmen. General Elective Studies: Compulsory Module with elective studies, propositions are published separately
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester 1 Term
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Abhängig vom jeweiligen Angebot der Allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule Depending on general elective studies Die zeitliche Verteilung der Einzelveranstaltungen des allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmoduls auf die einzelnen Studiensemester des Studiums ist grundsätzlich beliebig. Es wird allerdings im Interesse einer ausgeglichenen Semesterbelastung die Verteilung gemäß der Modulübersicht im Studienplan empfohlen. The time distribution of the individual courses of the general scientific elective module to the individual study semesters of the degree programme is basically optional. However, in the interest of a balanced semester load, the distribution according to the module overview in the study plan is recommended.
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine None
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- Abhängig vom jeweiligen Angebot: schriftliche Prüfungen (90-120 Minuten) oder mündlicher Leistungsnachweis (20 Minuten) Depending on general elective studies Written Exam (90-120 min) or oral examination/ presentation (20 min)

Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Das Lernergebnis ergibt sich aus der Beschreibung zur gewählten Veranstaltung. Depending on general elective studies
Lerninhalte <i>Content</i>	Die Lerninhalte ergeben sich aus der Beschreibung zur gewählten Veranstaltung. Depending on general elective studies
Internationalität <i>International applicability</i>	Eine internationale Verbindung ist je nach Angebot der all-gemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule vorhanden. Internationalität ist insbesondere bei den zahlreichen Sprachangeboten gegeben. Depending on general elective studies
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Die Lernmaterialien ergeben sich aus der Beschreibung zur gewählten Veranstaltung. Depending on general elective studies
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht Lecture - Übung Practice
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	<p>Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtmodule General elective studies (2 x 2 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 2 x 30h, Selbststudium: 2 x 45h)</p> <p>Oder or</p> <p>Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul General elective studies (1 x 4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)</p> <p>Die im jeweiligen Semester angebotenen allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule sind dem Studienplan des jeweiligen Semesters zu entnehmen. The list of electives is published separately</p>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul General elective (4SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h)



<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Fremdsprachen je nach Angebot der allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule möglich. <i>Depending on the offer of general electives</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studiensemester. <i>Every summer and winter term.</i></p> <p>Hinweis: Das Angebot an allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodulen variiert zwischen Sommer- und Wintersemester u. a. je nach Dozentenverfügbarkeit und Studenteninteresse. Es gibt keine Gewähr dafür, dass einmal angebotene allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtmodule in folgenden Semestern wieder angeboten werden. Bei zu niedriger Beteiligung (in der Regel weniger als 15 Anmeldungen) finden die jeweiligen AWPM nicht statt. <i>Note: The range of general science elective modules varies between summer and winter semesters depending on the availability of lecturers and student interest, among other factors. There is no guarantee that general science elective modules once offered will be offered again in subsequent semesters. If there is too little participation (usually less than 15 registrations), the respective AWPM will not take place.</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Erwerb von fachspezifischen Kenntnissen nach Interesse der Studierenden. Diese Kenntnisse können insbesondere im Rahmen von Schwerpunkten, z.B. bei Studienarbeiten, sowie bei Bachelor- und Masterarbeiten genutzt werden. Sprachen sind von Vorteil für Praxissemester und Studiensemester, die im Ausland absolviert werden. <i>Acquisition of subject-specific knowledge according to the students' interests. This knowledge can be used in particular within the framework of focal points, e.g. for student research projects, as well as for Bachelor's and Master's theses. Languages are an advantage for practical semesters and study semesters completed abroad.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Siehe Modulhandbuch Wahl(-pflicht)fächer <i>See module manual elective (compulsory) subjects</i></p>

Kommunikation und Teammanagement			
*Communication and Teammanagement			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2331	Selbstmanagement und Präsentation <i>Self-Management and Presentation</i>
			Kommunikation, Moderation und Teammanagement <i>Communication, Moderation and Team Management</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Arts/ B.A.) 2331 (1.5 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	LB Hr. Rosenberger / LB Hr. Schwarzkopf / Fr. Wissel		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	1 schriftliche Prüfung (90 Min.) <i>written exam (90 min.)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Kommunikation: <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden erreichen einen höheren Grad an Sprach- und Kommunikationskompetenz - verstehen ausgewählte Kommunikationstheorien und –modelle 		

	<ul style="list-style-type: none">- sind in der Lage effektiv und erfolgreich im beruflichen Kontext zu kommunizieren,- können grundlegende theoretische Kenntnisse der angewandten Rhetorik in unterschiedlichen Rede- und Gesprächssituationen anwenden,- kennen die Voraussetzungen um andere zu überzeugen- sind in der Lage, geeignete Methoden im Umgang mit schwierigen Kommunikationssituationen auszuwählen und diese lösungsorientiert anzuwenden.- kennen seine eigenen kommunikativen Stärken und Schwächen,- kennen die Grundlagen des Storytelling- können ihre kommunikative Wirkung auf andere einschätzen <p>Moderation: Die Studierenden kennen die verschiedenen Rollen und Aufgaben eines/einer Moderators/in,</p> <ul style="list-style-type: none">- die verschiedenen Anwendungsbereiche von Moderation und- kann die wichtigsten Moderationstools anwenden.- kann eine Moderation vorbereiten und durchführen.- kennt die besonderen Herausforderungen der Rolle- kann auf verschiedene Teilnehmertypen reagieren- kann auch in Konfliktsituationen professionell moderieren. <p>Präsentation: Die Studierenden kennen die Erfolgsfaktoren einer gelungenen Präsentation und mögliche Stolperfallen. Sie kennen das Grundgerüst des Storytellings und wissen wie eine gute Präsentation aufgebaut, strukturiert und visualisiert wird.</p> <p>Selbstmanagement Die Studierenden können die Grundlagen des Selbstmanagements beschreiben. Anhand von Übungen lernen die Studierenden Lese-, Lern- und Kreativitätstechniken anzuwenden. Die Studierenden können ihr eigenes Lernverhalten im Studium kritisch reflektieren und anhand der kennengelernten Prinzipien analysieren sowie Lernblockaden, Stresssymptome und Störfaktoren identifizieren und Gegenmaßnahmen ergreifen. Sie haben das Wissen, Prioritäten richtig zu setzen, Ziele verbindlich zu definieren und dadurch das Studium effektiver zu bewältigen.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Teammanagement</p> <p>Die Studierenden sind mit den Erfolgsfaktoren der Teamarbeit und dem Teammanagement vertraut und können ausgewählte Kreativitätstechniken zur Ideenfindung einsetzen. Sie sind in der Lage die Rollen, Typen und die Grundzüge der Entwicklung und Verhaltensweisen im Team zu erklären.</p> <p>Sie können Widerstände im Team erkennen und sind befähigt konstruktive Interventionstechniken einzusetzen.</p> <p>Sie erarbeiten sich dieses Können über Gruppenarbeit und Diskussionen.</p> <p>Communication:</p> <ul style="list-style-type: none">- Students develop a higher level of competence in speech and communication- understand basic communication theories and models- formulate ways to communicate effectively- can apply the knowledge gained in different fields of speech and discussion/dialogue- know the key factors in persuasive communication- are able to apply communication methods to meet challenging situations appropriately- can evaluate their personal strength and weakness in communication- acquire basic techniques of storytelling <p>Moderation:</p> <p>Students discover the profile of a moderator and reflect on the challenges of the role</p> <ul style="list-style-type: none">- acquire basic knowledge in moderation tools and- formulate an effective way to apply these tools- know how to prepare, plan and run meetings which generate outcome- will be able to master conflicts professionally- adjust their style in regard to different personalities <p>Presentation:</p> <p>Students know about the critical success factors and tripping hazards. They know the basic structure of storytelling and they are familiar with important issues for a very good structured and visualized presentation.</p> <p>Self-Management:</p> <p>Students are able to describe the basic principles of self-management.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Through dedicated exercises, students will have learned how to apply special reading, learning and creativity techniques.</p> <p>They are able to reflect on their own learning behaviour with regard to the course and analyse it thanks to the knowledge of the basic principles of self-management acquired. They are able to identify obstacles to learning, stress symptoms and disturbing factors and find appropriate remedies.</p> <p>They have the necessary knowledge to set the right priorities, define objectives and thus study in a more efficient way.</p> <p>Team Management:</p> <p>The students know about the crucial factors for successful teamwork and team management and are able to apply specific creativity techniques in the ideation process.</p> <p>The students are aware of the different team roles and types as well as of the basic principles of team development and behaviour within a team.</p> <p>They are able to recognise resistance within a team and to make use of constructive intervention techniques.</p> <p>They will have acquired these skills via group work and discussion.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Kommunikation</p> <p>Einführung in die Bedeutung von Rhetorik sowie hoher Sprach- und Kommunikationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> - theoretische Grundlagen (Kommunikationsmodelle und -theorien) - Wirkung von Stimme und Körpersprache - Gesprächsführung und -techniken - Argumentations- und Überzeugungstechniken - Grundlagen des Storytelling <p>Moderation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Rolle des Moderators - Grundlagenwissen Moderation - Moderationstools und –Technik - Praxisbeispiele und besondere Herausforderungen <p>Selbstmanagement:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen 2. Sichten 3. Strukturieren

	<ol style="list-style-type: none">4. Aufbereiten5. Abspeichern6. Stress bewältigen7. Nützliche IT-Tools <p>Präsentation:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Erfolgsfaktoren & Stolperfallen einer Präsentation2. Storytelling3. Tipps und Hinweise für Powerpoint <p>Teammanagement:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen der Teamarbeit2. Erfolgsfaktoren und Herausforderungen der Teamarbeit3. Teamentwicklung4. Kommunikation im Team5. Kreativitätstechniken <p>Communication</p> <ul style="list-style-type: none">- Basic principles of rhetoric and speech communication- Discover the theory behind common models of communication- Examine the crucial elements of<ul style="list-style-type: none">o verbal and nonverbal communicationo discussion managemento persuasive communicationo basic storytelling <p>Moderation:</p> <ul style="list-style-type: none">- The role of the moderator- Basic moderation techniques- Moderation tools- Practical examples and how to cope with conflicts <p>Self-Management:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Basic principles2. Getting an overview3. Structuring4. Editing5. Memorising6. Stress management7. Useful IT tools <p>Presentation:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Success factors & tripping hazards2. Storytelling3. Tips and tricks for powerpoint <p>Team Management:</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Basic principles 2. Success factors and challenges of teamwork 3. Team development 4. Team communication 5. Creative techniques
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Gerade im Hinblick auf international agierende Teams ist das Grundverständnis des Teammanagements, der Teamarbeit und des eigenen Tuns ein wesentlicher Grundpfeiler für erfolgreiche internationale Zusammenarbeit.</p> <p><i>Especially when it comes to teams working in an international environment, basic understanding of team management, teamwork and awareness of one's own behavior are crucial factors for successful international cooperation.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dieter W. Allhoff, Waltraud Allhoff: „Rhetorik und Kommunikation“, Reinhard Verlag, 2021 - Hartwig Eckert: „Sprechen Sie noch oder werden Sie schon verstanden?“, Reinhard Verlag, 2012 - Michael Rossié: „Frei Sprechen, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2016 - Thomas Griesbach, Anette Lepschy: „Rhetorik der Rede“, Röhrig Universitätsverlag, 2015 - Michael Ehlers: „Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter“, Verlag Books4success, 2019 - Hoppmann, Michael / Bartsch, Tim-Christian / Rex, Bernd F. / Vergeest, Markus: „Trainingshandbuch Rhetorik“, UTB (Schöningh), 2012 - Andrea Edmüller, Thomas Wilhelm: „Manipulationstechniken“, Haufe Lexware Verlag, 2020 - Thomas Pyczak: „Tell me! Wie Sie mit Storytelling überzeugen, Rheinwerk Computing Verlag, 2020 - Sieglinde Eberhart, Marcel Hinderer: Stimm- und Sprechtraining für den Unterricht, Verlag UTB, 2020 - Chris Anderson, „TED talks. Die Kunst der öffentlichen Rede“, Fischer Verlag, 2017 <p>Moderation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sperling/Wasseveldt : Moderation: Zusammenarbeit in Besprechungen und Projektmeetings fördern, München: Rudolf Haufe Verlag, 2011 - Seifert, Besprechungen erfolgreich moderieren. Kommunikationstechniken für Leiter und Teilnehmer. Offenbach, Gabal Verlag, 2015 - Barbara Langmaack, Michael Braune-Krickau: „Wie die Gruppe laufen lernt“, Verlag Julian Beltz GmbH & Co. KG, 2010

	<p>Selbstmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Birkenbihl, Vera F. (2001): Das „neue“ Stroh im Kopf – Vom Gehirn-Besitzer zum Gehirn-Benutzer, 38. Auflage, Landsberg am Lech, mvg Verlag - Grüning, Christian (2009): Garantiert erfolgreich lernen, 3. Auflage, Nördlingen, Verlag Grüning - Spoun, Sascha; Domnik, Dominik B. (2004) Erfolgreich studieren, München, Pearson Verlag - Seiwert, Lothar J. (2009): Wenn Du es eilig hast, gehe langsam - Mehr Zeit in einer beschleunigten Welt, Auflage 2009, Frankfurt/New York, campus Verlag <p>Präsentation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schott, Dominik Umberto (2019): Souverän präsentieren – Die erste Botschaft bist Du, Springer Verlag - Adamczyk, Gregor: Storytelling – Mit Geschichten überzeugen, Haufe Verlag <p>Teamarbeit und Teammanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Busch, Michael W. (2018): Teammanagement – Grundlagen erfolgreichen Zusammenarbeitens, Kohlhammer Verlag - Meier, Rolf (2006): Erfolgreiche Teamarbeit – 25 Regeln für Teamleiter und Teammitglieder, Offenbach, Gabal Verlag - Von der Oelsnitz, Dietrich, Busch, Michael W. (2012): Toll, ein anderer macht's! – Die Wahrheit über Teamarbeit, Zürich, orell füssli Verlag
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Teammanagement und Präsentation (2 SWS), (Workload 75h; Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h)</p> <p>Kommunikation und Moderation (2 SWS), (Workload 75h; Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h)</p> <p>Evtl. Blockveranstaltungen</p>

<p>Arbeitsaufwand (h) / Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Kommunikation und Teammanagement Communication and Team Management (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every winter term</p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Kommunikation: Die erworbenen Fertigkeiten erweitern die Möglichkeiten sich im Studium und dem weiteren beruflichen und privaten Weg so auszudrücken dass ich verstanden werde, andere überzeuge und in schwierigen Situationen angemessen reagiere.</p> <p>Moderation: Die erworbenen Kenntnisse ermöglichen es zum einen, selbst Moderationen ziel- und ergebnisorientiert durchzuführen und zum Anderen, Gruppen und Personen anzuleiten, zu motivieren und zu führen.</p> <p>Selbstmanagement & Präsentation: Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten sind hilfreich für das Studium sowie auch im späteren privaten und beruflichen Alltag einsetzbar.</p> <p>Teammanagement Die erworbenen Fertigkeiten sind nützlich für jegliche Art der Zusammenarbeit, Kommunikation und Interaktion in Gruppen und somit auch im alltäglichen Leben immer verwendbar.</p> <p>Communication The skills acquired will expand your options to express thoughts and ideas in a way that you will be understood and persuade others. You will be able to communicate appropriately in difficult situations.</p> <p>Moderation: Students will be able to prepare, plan and run meetings which generate outcome and will be able to motivate and to lead people and groups in discussions.</p> <p>Self-Management and Presentation:</p>



	<p>The skills and knowledge acquired during this course unit are useful for the entire period of studies and may also be applied in later work and private life.</p> <p>Team Management: The skills acquired are useful for any kind of cooperation, communication and group interaction and are thus applicable in all areas of everyday life.</p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)</p>

Bio- und Neuropsychologie: Wahrnehmen, Lernen, Denken *Biopsychology and Neuropsychology: Perception, Learning, Thinking			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2332	(1.6 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Keil		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- 1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Bio- und Neuropsychologie: Wahrnehmen, Lernen, Denken <i>WrittenExam (90 min)</i> <i>Biopsychology and Neuropsychology: Perception, Learning, Thinkinh</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Studierende, die das Modul erfolgreich absolviert haben, können: - die neurowissenschaftlichen und biopsychologischen Grundlagen des Verhaltens aufzeigen, - Aufbau und Funktionen der Sinnesorgane beschreiben, - wichtige Wahrnehmungsprozesse erklären,		



	<ul style="list-style-type: none"> - wesentliche Theorien zur Beschreibung und Erklärung von Aufmerksamkeit, Bewusstsein und kognitiver Kontrolle erläutern, - psychische Prozesse beim Lernen und Behalten analysieren, - zentrale Denkprozesse wie Entscheiden, Problemlösen und Kreativität erläutern sowie typische Denkfehler identifizieren, - den Spracherwerb und das Verstehen von Sprache und Texten erklären, - die Erkenntnisse dieses Fachgebietes in anwendungsbezogenen Kontexten wie z.B. der Konsumentenforschung oder der Arbeitsgestaltung anwenden. <p>Students who successfully passed that module can:</p> <ul style="list-style-type: none"> - explain the neuroscientific and biopsychological basis of behavior, - are able to describe structures and functions of the sensory organs, - explain important perceptual processes, - explain major psychological theories describing and explaining attention, consciousness, and cognitive control, - analyze mental processes involved in learning and retention, - explain key processes of thinking such as decision making, problem solving, and creativity, as well as identify typical thinking errors, - explain language acquisition and comprehension of language and texts, - apply the findings in application-related contexts such as consumer research or work design.
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Das Fach vermittelt einen Überblick über die Grundlagen, auf denen die Wirtschaftspsychologie aufbaut.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufbau und Funktionen des Gehirns, - Informationsverarbeitung und Steuerung im Nervensystem, - Neurotransmitter und Hormone, - Aufbau und Funktion der Sinnesorgane, - Organisation und Interpretation der Wahrnehmung, - Aufmerksamkeit und Bewusstsein, - Lernen und Verhaltensänderungen durch Lernen, - Denken, Denkfehler, Problemlösen, Kreativität, - Sprachentwicklung und Sprachverstehen,

	<ul style="list-style-type: none"> - Prozesse des Behaltens und Vergessens. <p>The module provides an overview of the biopsychological fundamentals and basics business psychology is built upon.</p> <ul style="list-style-type: none"> - structure and functions of the brain, - information processing and control in the nervous system, - neurotransmitters and hormones, - structure and function of the sensory organs, - organization and interpretation of perception, - attention and consciousness, - learning and behavioral changes through learning, - thinking, thinking errors, problem solving, creativity, - language development and comprehension, - processes of retention and forgetting.
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Müsseler, J. (2015). Allgemeine Psychologie, 2. neu bearbeitete Auflage. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag. - Becker-Carus, C. & Wendt, M. (2017). Allgemeine Psychologie. Heidelberg: Springer. - Pinel, J. P. J. & Pauli, P. (2012). Biopsychologie, 8. aktualisierte Auflage. München: Pearson Studium - Myers, D. (2014). Psychologie, 3. Auflage. Heidelberg: Springer - Spering, M. & Schmidt, T. (2012). Allgemeine Psychologie 1. Weinheim: Beltz - Horstmann, G. & Dreisbach, G. (2012) Allgemeine Psychologie 2. Weinheim: Beltz - Goldstein, B. E. (2015). Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs, 9. Auflage. Heidelberg: Springer - Schandry, R. (2011). Biologische Psychologie. Weinheim: Psychologie Verlags Union
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>



Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	-
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Bio- und Neuropsychologie: Wahrnehmen, Lernen, Denken <i>Biopsychology and Neuropsychology, Perception, Learning, Thinking</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Veranstaltung legt die Grundlagen zu allen Fächern des weiteren Studiums, die psychologischen Bezug aufweisen. <i>The module imparts basic knowledge to all following mod- ules with psychological content.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant stu- dents</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Rechnungswesen			
*Business Accounting			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2305	Internes Rechnungswesen <i>Internal Accounting</i> Externes Rechnungswesen, Buchführung, Bilanzierung <i>External Accounting, Balance Sheet Operations</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) <i>ECTS-NR (1.7 - WiPsy – SPO12)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Faß / Prof. Dr. Schädlich	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		5	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Keine <i>None</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		- 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): <i>Written Exam (120min)</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>		<u><i>Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)</i></u> Die Studierenden beherrschen die grundlegenden Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) als Teilbereich des betrieblichen Rechnungswesens und können sie als Teil des betrieblichen Informations- und Controlling systems zielorientiert anwenden.	



	<p>Students are accustomed to cost and performance accounting as part of the accounting system of a firm and are able to use it within the operational information and controlling system.</p> <p><u>Externes Rechnungswesen</u></p> <p>Die Studierenden erlernen die Grundlagen der Finanzbuchhaltung. Sie können die Bilanzierungsvorschriften in die wesentlichen Bereiche (Bilanzansatz, Bilanzbewertung, Bilanzausweis) einordnen und erlernen die Grundlagen der Jahresabschlussanalyse.</p> <p>Knowledge about the principles of financial accounting (bookkeeping), presentation (recognition, valuation, information) and analysis of financial statements (balance sheet, profit and loss account, notes).</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)</u></p> <p>Die Studierenden sollen grundlegend mit den Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung vertraut gemacht werden. Insbesondere werden hierzu fundierte Kenntnisse in folgenden Bereichen vermittelt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Grundlagen des Rechnungswesens 2 Kostenartenrechnung 3 Kostenstellenrechnung 4 Kostenträgerrechnung 5 Betriebsergebnisrechnung 6 Deckungsbeitragsrechnung <p>Students will be basically accustomed to the fundamentals of Cost and Performance Accounting.</p> <p>Funded Knowledge will be especially procured in following fields:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Basics of Accounting 2 Types of Cost 3 Cost Centre Accounting 4 Cost Unit Accounting 5 Statement of Operating Results 6 Contribution margin calculation <p><u>Externes Rechnungswesen</u></p>

	<p>Vermittlung der Grundlagen der Finanzbuchhaltung sowie der bilanziellen Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften für den handelsrechtlichen Jahresabschluss. Außerdem erlernen die Studierenden die Grundzüge der Jahresabschlussanalyse.</p> <p><i>Einzelinhalte:</i></p> <p>Teil A: Buchführung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das betriebliche Rechnungswesen - Grundlagen der Finanzbuchhaltung - Buchung von Geschäftsvorfällen <p>Teil B: Bilanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Jahresabschlusses - Bilanzansatzvorschriften - Bewertungsvorschriften - Ausweisvorschriften <p>Teil C: Jahresabschlussanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Teilbereiche der Jahresabschlussanalyse <p>Section A: Bookkeeping</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction to financial accounting - Principle bookkeeping rules - Booking of business transactions <p>Teil B: Balance sheet operations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Basics of financial statements - Recognition rules - Valuation rules - Supplementary information rules <p>Teil C: Analyses of financial statements</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principles and subareas - Cash Flow Analysis
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p><u>Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)</u></p> <p>Die in diesem Kurs vermittelten Kenntnisse bilden eine Grundlage jeden betriebswirtschaftlichen Studiums und sind mithin für eine internationale Tätigkeit unabdingbar.</p> <p><i>The knowledge imparted in this course forms the basis of any business degree and is therefore indispensable for international work.</i></p> <p><u>Externes Rechnungswesen</u></p>

	<p>Gegenstand der Veranstaltung sind vorwiegend die nationalen Bilanzierungsvorschriften, die jedoch zunehmend von internationalen Bilanzierungsstandards beeinflusst werden. Aktuelle Entwicklungen im Bereich der Internationalisierung der externen Rechnungslegung werden aufgezeigt.</p> <p>The subject of the course is primarily the national accounting regulations, which are, however, increasingly influenced by international accounting standards. Current developments in the field of internationalization of external accounting are shown.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Skript und Übungsaufgaben - Aktuelle Literaturhinweise zu Semesterbeginn - <i>lecture script and exercises</i> - <i>Current literature references at the beginning of the semester</i> <p><u>Externes Rechnungswesen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Skript und Aufgabensammlung „Externes Rechnungswesen“ - Kommentierte Lerneinheiten - Bieg, H., Buchführung, nwb-Verlag - Coenenberg, A.G., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Internes Rechnungswesen <i>Internal Accounting</i> (2 SWS) / (2,5/5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit: 30h, Selbststudium: 45h)</p> <p>Externes Rechnungswesen, Buchführung, Bilanzierung <i>External Accounting, Balance Sheet Operations</i> (2 SWS) / (2,5/5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit: 30h, Selbststudium: 45h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Rechnungswesen <i>Business Accounting</i></p>

	(4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. Every summer term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	<p><u>Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)</u></p> <p>Der Kurs „Kosten- und Leistungsrechnung (KLR)“ vermittelt grundlegende Kenntnisse der quantitativen Unternehmensführung, wie sie für jeden Betriebswirt unabdingbar sind. Zugleich stellt er die zwingend erforderliche Grundlage für das Schwerpunktmodul „Controlling“ dar.</p> <p>The “KLR course” imparts basic knowledge of quantitative corporate management, which is essential for every business economist. At the same time, it represents the mandatory basis for the "Controlling" focus module.</p> <p><u>Externes Rechnungswesen</u></p> <p>Die Veranstaltung „Externes Rechnungswesen“ bereitet auf den zweiten Teil (internes Rechnungswesen / Kosten- und Leistungsrechnung) vor. Enge Verbindungen bestehen darüber hinaus zu dem Bereich Investition und Finanzierung.</p> <p>The "External Accounting" course prepares for the second part "KLR". There are also close connections to the areas of investment and financing.</p>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Personalmanagement und Mitarbeiterführung			
*Human Resources Management and Leadership			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2330	(1.8 WiPsy – SPO 12)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) 2306 (1.8 WiPsy – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Kotte / Prof. Dr. Schäfer		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester 1 Term		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Personalführung <i>WrittenExam (120 min)</i> <i>Human Resources Management</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden kennen die wichtigsten Grundbegriffe und -konzepte zu den Themen Leadership und Führung. Sie können die aktuellen Herausforderungen einer Führungskraft benennen wie z.B. virtuelle Führung und Teamarbeit. Anhand von Fallbeispielen lernen sie Führungstechniken anzuwenden z.B. das Führen von Mitarbeitergesprächen		



	<p>oder das Führungskonzept „Management by objectives“ (MbO).</p> <p>Sie sind in der Lage für konkrete Führungsprobleme situativ passende Lösungen anzuwenden und kennen Strategien, um Mitarbeitende zu beeinflussen und zu motivieren.</p> <p>The students know the most important terms, concepts and theories regarding leadership and management. They are able to name current challenges of leaders, such as virtual leadership and teamwork.</p> <p>On the basis of practice cases, they learn to apply leadership techniques, e.g. conducting appraisal interviews or "Management by objectives" (MbO).</p> <p>They are able to apply situationally appropriate solutions for concrete leadership problems and know strategies to influence and motivate employees.</p> <p>Die Studierenden können die zentrale Bedeutung der Humanressourcen für den Unternehmenserfolg erläutern.</p> <p>Sie kennen ausgewählte Instrumente moderner Personalarbeit und sind in der Lage, diese im Unternehmensalltag erfolgreich anzuwenden.</p> <p>Knowledge about the importance of human capital as the fundamental success factor of an enterprise, human resources management and the importance and meaning of leadership.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Die Studierenden haben einen Überblick erarbeitet über Theorien und Instrumente der Menschenführung mit Schwerpunkten in den Bereichen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Individualverhalten (Motive; Motivation) 2 Führungsverhalten (Führungsstile; Führungskonzepte; Führungstheorien) 3 Gruppenverhalten (Optimierung von Teamarbeit) <p>Overview of theories and instruments of human resource management (leadership) with a focus on individual behavior (motives; motivation), leadership behavior (style; management models and theories) and group behavior (optimization of teamwork).</p>



	<p>Damit erwerben die Studierenden die Fähigkeit, das Instrumentarium der zeitgemäßen Personalarbeit im Tagesgeschäft einzusetzen.</p> <p>Ausgewählte Instrumente zeitgemäßer Personalarbeit in den folgenden Aufgabenfeldern:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensstrategie und Personalmanagement - Personalplanung - Personalgewinnung - Personaleinsatz - Personalentwicklung - Personalerhaltung <p>Overview of modern instruments in personnel policy with in-depth studies in</p> <p>1 Personnel planning 2 Recruiting and Retention 3 Staff assignment 4 Personnel Development 5 Benefits & Compensation 6 Displacement /Staff reduction 7 Employee Participation</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p>In the context of the different thematic areas, international references are also regularly made.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kauffeld, S., Ianiro-Dahm, P. & Sauer, N. C. (2019). Führung. In S. Kauffeld (Hrsg.), <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor</i> (3. Aufl., S. 105-138). Springer. - Nerdinger, F. W. (2019). Führung von Mitarbeitern. In F. W. Nerdinger, G. Blickle & N. Schaper (Hrsg.), <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (4. Aufl., S. 95-118). Springer. - Reineck, Uwe/ Sambeth, Ulrich/ Winklhofer, Andreas, (2. Aufl. 2011): Handbuch Führungskompetenzen trainieren - Blessin, Bern/Wick, Alexander (7. Aufl. 2014): Führen und führen lassen - Stock-Homburg, R. (3. Aufl. 2013): Personalmanagement

	<ul style="list-style-type: none"> - Schreyögg, G./Koch, J. (2020): Management, 8. Auflage, Gabler Verlag - Bröckermann, R. (2021): Personalwirtschaft, 8. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	-
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Personalmanagement und Mitarbeiterführung <i>Human Resources Management and Leadership</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Betriebswirtschaft Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Business Administration</i> <i>Every winter term</i> Betriebswirtschaft und Recht Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Business Administration and Law</i> <i>Every summer term</i> Wirtschaftspsychologie Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Business Psychology</i> <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das allgemeine betriebswirtschaftliche Verständnis sowie für das Schwerpunktmodul Human Resources Management. <i>The knowledge acquired in this module is important for the general understanding of business administration as well as for the focus module Human Resources Management.</i>



Fakultät Wirtschaft und Recht

Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>
-------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------

Finanz- und Investitionswirtschaft			
*Finance and Investment			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2307	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) 2307 (1.9 – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Christel / Prof. Dr. Schulz		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Finanz- und Investitionswirtschaft Investition und Finanzierung <i>Written exam (120min)</i> <i>Investment and Finance</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden können den Zusammenhang von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen erläutern und deren Stellenwert im betrieblichen Entscheidungsprozess erkennen. Die Teilnehmenden sind dazu in der Lage, die wichtigsten Arten der statischen und dynamischen Investitionsrechnung zu benennen, Hintergründe der einzelnen Verfahren zu erläutern und		



	<p>die Vor- und Nachteile bei deren praktischer Anwendung zu bewerten. Sie können zusammen mit anderen die Vorteilhaftigkeit eines geplanten Investitionsvorhabens quantifizieren, Kapitalwerte, interne Zinssätze und Amortisationszeiten für ein konkretes Investitionsproblem berechnen, auswerten und interpretieren.</p> <p>Die Studierenden sind dazu fähig, grundlegende Finanzierungsarten zu erläutern und aufzuzeigen, welche Vor- und Nachteile mit verschiedenen Ansätzen der Innen- und Außenfinanzierung einhergehen. Sie können das Ausmaß einer Kapitalerhöhung bestimmen, deren bilanzielle Auswirkungen bewerten und analysieren, sowie zwischen den Chancen und Risiken des Leverage-Effekts abwägen.</p> <p>Die Studierenden sind dazu fähig, die Wirkung von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen auf das betriebliche Handeln kritisch zu reflektieren und Lösungsansätze verantwortungsvoll einzusetzen.</p> <p>Die Studierenden können den Zusammenhang zwischen Zinshöhe und Investitionsdauer beschreiben.</p> <p>The students can explain the relationship and interdependencies between investment and financing decisions and recognize their importance in business actions.</p> <p>The participants are able to analyse the main types of static and dynamic investment calculations. They can explain the background of the methods and evaluate the advantages and disadvantages in their practical application. Together with other students they can evaluate a planned investment in a quantitative as well as qualitative way. Furthermore the students are capable to calculate, analyse and interpret net present values, internal rate of returns and payback periods for an investment.</p> <p>The students are able to explain basic types of financing and to show the advantages and disadvantages associated with different approaches of internal and external financing. He can determine the extent of a capital increase, assess the balance-sheet effects and evaluate opportunities and risks of the leverage effect.</p> <p>The students are capable to reflect the effects of investment and financing decisions on business decisions in a critical way and deploy solutions responsibly.</p> <p>The students are able to describe the relationship between interest rate and the duration of an investment.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Die Studierenden sollen mit den nachfolgend genannten Aspekten der Finanz- und Investitionswirtschaft vertraut gemacht werden.</p> <p>Aus dem Bereich Finanzwirtschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über finanzwirtschaftliche Grundbegriffe, Ziele und Instrumente - Erläuterung der Risiken und Chancen einer zunehmenden Fremdfinanzierung (Leverage-Effekt) - Darstellung verschiedener Ansätze der Innenfinanzierung - Aktienmärkte, Börsen und deren Bedeutung im Rahmen der Beteiligungsfinanzierung - Darstellung verschiedener Formen der Kreditfinanzierung <p>Aus dem Bereich Investitionswirtschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Berechnungen der Vorteilhaftigkeit von Investitionen mittels der Kapitalwertmethode, der Annuitätenmethode sowie der internen Zinsfußmethode - Berechnung der optimalen Nutzungsdauer und des optimalen Ersatzzeitpunkts - Lösen von Investitionsprogrammentscheidungen <p>The following subjects will be taught:</p> <p>Finance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Overview of basic financial concepts, objectives and instruments - Understanding risks and opportunities of an increasing external financing (leverage effect) - Approaches to internal financing - Stock markets and their significance in the context of equity financing - Approaches of credit financing <p>Investment:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calculations of net present values, annuities and internal rates of return - Calculations of optimal lifetimes and replacement dates - Solving of investment program decisions
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Investitionen und Finanzierung werden verstärkt grenzüberschreitend getätigt. Dem wird in dieser Veranstaltung im besonderen Maße Rechnung getragen.</p> <p>Investments and financing are increasingly being made across borders. This event will take special account of this.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Aus dem Bereich Investitionswirtschaft:</p>



	<ul style="list-style-type: none"> - Bieg, H., Kußmaul, H.: Investitions- und Finanzierungsmanagement, Band I: Investition, Vahlen Verlag, München - Bieg, H., Kußmaul, H., Waschbusch, G.: Investitionsmanagement in Übungen, Vahlen Verlag, München - Blohm, H., Lüder, K., Schäfer, C.: Investition, Vahlen Verlag, München - Dahmen A.: Investition, Vahlen Verlag, München - Däumler, K. D., Grabe, J.: Anwendung von Investitionsrechnungsverfahren in der Praxis, nwb Verlag, Herne - Däumler, K. D., Grabe J.: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung, nwb Verlag, Herne - Kesten, R.: Investitionsrechnung in Fällen und Lösungen, nwb Verlag, Herne - Kruschwitz, L.: Finanzmathematik, Vahlen Verlag, München - Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, Oldenbourg Verlag, München - Olfert, K.: Investition, Kiehl Verlag, Ludwigshafen - Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen Verlag, München - Seitz, F.; Auer, B.: Grundkurs Wirtschaftsmathematik, Springer Verlag - Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Vieweg Verlag <p>Aus dem Bereich Finanzwirtschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bieg, H., Kußmaul, H.: Finanzierung, Vahlen Verlag, München - Däumler, K.-D., Grabe, J.: Betriebliche Finanzwirtschaft, nwb Verlag, Herne - Olfert, K.: Finanzierung, Kiehl Verlag, Ludwigshafen - Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München - Wöhe, G., Bilstein, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München - Zantow, R.: Finanzwirtschaft des Unternehmens – Die Grundlagen modernen Finanzmanagements, München
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -

<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Finanz- und Investitionswirtschaft/ Investition und Finanzierung <i>Finance and Investment</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Betriebswirtschaft Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Business Administration</i> <i>Every summer term</i></p> <p>Betriebswirtschaft und Recht Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Business Administration and Law</i> <i>Every winter term</i></p> <p>Internationales Immobilienmanagement Jedes Studienjahr im Wintersemester <i>International Real Estate Management</i> <i>Every winter term</i></p> <p>Wirtschaftspsychologie Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Business Psychology</i> <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das allgemeine betriebswirtschaftliche Verständnis sowie für die Schwerpunktmodule Finance und Immobilienmanagement. <i>The knowledge acquired in this module is important for the general understanding of business administration as well as for the focus modules Finance and Real Estate Management.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant stu- dents</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Sozialpsychologie			
*Social Psychology			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2308	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.10 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Keil		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Schriftliche Prüfung (90 Minuten): <i>WrittenExam (90 min)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: 1. die Spezifika sozialer Informationsprozesse erklären und diese in ihr Denken und Handeln einbeziehen, 2. Entstehung und Entwicklung eines Selbstkonzeptes durch eine kontinuierliche Beurteilung des eigenen Handelns erklären, 3. Methoden zur Erfassung und Veränderung von Einstellungen beschreiben,		



	<ol style="list-style-type: none"> 4. wichtige Prozesse in Gruppen analysieren und wirksame Interventionen zur Förderung von Gruppen benennen, 5. Methoden zur Förderung von Gruppenleistungen und Entscheidungsqualität in Gruppen beurteilen und nutzen, 6. Entstehung und Veränderung von wichtigen Einstellungen wie Vorurteilen, aggressiven oder prosozialen Verhaltens reflektieren, 7. ihre eigene Rolle und ihr Verhalten in Gruppen kritisch reflektieren. <p>After successful completion of the module students will be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. explain the specifics of social information processes and incorporate them into their thinking and actions, 2. explain the emergence and development of a self-concept through a continuous assessment of one's own actions, 3. describe methods for recording and changing attitudes, 4. analyze important processes in groups and name effective interventions for promoting groups, 5. evaluate and use methods to promote group performance and decision-making quality in groups, 6. reflect on the emergence and change of important attitudes such as prejudice, aggressive or prosocial behavior, 7. critically reflect on their own role and behavior in groups.
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wissenschaftliches Arbeiten: Literatursuche und Lesen von Journalartikel 2. Soziale Wahrnehmung 3. Heuristiken als besondere Form sozialer Informationsverarbeitung 4. Selbstkonzept und soziale Identität 5. Beurteilung des eigenen Handelns 6. Einstellungen und Einstellungsänderung 7. Strategien sozialer Einflussnahme 8. Wesensmerkmale, Funktionen und Entwicklung von Gruppen 9. Leistung in Gruppen 10. Meinungsbildung und Entscheidungsfindung in Gruppen 11. Beziehungen zwischen Gruppen 12. Kultur und Kulturunterschiede 13. Begegnungen im interkulturellen Kontext <ol style="list-style-type: none"> 1. Scientific work: Literature search and reading journal articles 2. Social perception

	<p>3. Heuristics as a special form of social information processing</p> <p>4. Self-concept and social identity</p> <p>5. Evaluation of one's own actions</p> <p>6. Attitudes and attitude change</p> <p>7. Strategies of social influence</p> <p>8. Characteristics, functions and development of groups</p> <p>9. Performance in groups</p> <p>10. Opinion formation and decision making in groups</p> <p>11. Relationships between groups</p> <p>12. Culture and cultural differences</p> <p>13. Encounters in an intercultural context</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p><i>In the context of the individual thematic focal points, international references are also regularly made.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Jonas, K., Stroebe, W. & Hewstone, M. (Hrsg) (2014). Sozialpsychologie. Heidelberg: Springer.</p> <p>Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2008). Sozialpsychologie. München: Pearson.</p> <p>Fischer, P., Jander, K., & Krueger, J. I. (2018). Sozialpsychologie für Bachelor. Berlin: Springer.</p> <p>Frey, D. & Irle, M. (2002). Theorien der Sozialpsychologie (Band I-III). Bern: Huber.</p> <p>Kessler, T. & Fritsche, I. (2018). Sozialpsychologie. Berlin: Springer.</p> <p>Pfister, H. R., Jungermann, H. & Fischer, K. (2017). Die Psychologie der Entscheidung: Eine Einführung. Heidelberg: Springer.</p> <p>Werth, L. & Mayer, J. (2008). Sozialpsychologie. Heidelberg: Spektrum.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	



Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Sozialpsychologie <i>Social Psychology</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Veranstaltung liefert wichtige Grundlagen für die Anwendungsfächer Arbeits- und Organisations- (z.B. arbeitsteiliges Handeln) sowie Markt- und Werbepsychologie (z.B. Einstellungen, Kaufentscheidungen). <i>The course provides important basics for the application subjects work and organizational psychology (e.g. division of labor) as well as market and advertising psychology (e.g. attitudes, purchase decisions).</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Einführung in die empirische Sozialforschung			
*Introduction to Empirical Social Research			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2334	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.11 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Sebold		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- Schriftliche Prüfung (90 Minuten) <i>Written Exam (90 Minutes)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe, Methoden und Ergebnisse der qualitativen und quantitativen Forschung. - Sie kennen die datenschutzrechtlichen und forschungsethischen Grundprinzipien der empirischen Forschung. - Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Methoden der Untersuchungsdurchführung (Experimente, Fragebögen, Interviews, Beobachtungen) und Untersuchungsdesigns. Er/ Sie kann eine geeignete Methode für eine spezifische Fragestellung identifizieren. 		



	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden haben die Grundfertigkeiten des empirischen Arbeitens erworben und können wissenschaftliche Untersuchungen planen und durchführen. - Die Studierenden kennen die systematische Arbeit mit Literaturdatenbanken zur Recherche eines Themengebiets und haben die Grundfertigkeiten erworben um einen wissenschaftlichen Bericht/ ein wissenschaftliches Poster zu erstellen. - The students know the basic terms, methods and results of qualitative and quantitative research. - They know the basic principles of data protection and research ethics in empirical research. - The students know the different methods of conducting research (experiments, questionnaires, interviews, observations) and research designs and can identify an appropriate method for a specific research question. - The students have acquired the basic skills of empirical work and can plan and conduct scientific investigations. <p>The students know how to work systematically with literature databases to research a topic area and have acquired the basic skills to create a scientific report/poster.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Wissenschaftstheorie - Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens - Datenschutzrechtliche und forschungsethische Grundprinzipien der empirischen Forschung - Phasen einer empirisch psychologischen Studie - Quantitative Methoden und Forschungsfelder: Praktische Kenntnisse für die Durchführung quantitativer Projekte <ul style="list-style-type: none"> o Planung, Datenerhebung und Datenanalyse - Qualitative Methoden und Forschungsfelder: Praktische Kenntnisse für die Durchführung qualitativer Projekte <ul style="list-style-type: none"> o Planung, Datenerhebung und Datenanalyse (insbesondere qualitative Inhaltsanalyse) - Mixed Methods - Versuchsdurchführung: Experimente (Feld und Laborexperimente, Onlineexperimente), Beobachtungen, Fallstudien, Interviews, Fragebögen - Querschnitt- und Längsschnittverfahren, Panel Daten - Metaanalysen und Systematische Reviews - Literaturrecherche - Normen des wissenschaftlichen Schreibens im Fach Psychologie - Theoretische Prinzipien für die Erstellung eines wissenschaftlichen Berichts/ Posters <p><i>Content</i></p>



	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentals of the philosophy of science - Fundamentals of scientific work - Basic principles of data protection law and research ethics in empirical research - Phases of an empirical psychological study - Quantitative methods and research fields: Practical skills for conducting quantitative projects. <ul style="list-style-type: none"> o Planning, data collection and data analysis - Qualitative Methods and Research Fields: Practical knowledge for the implementation of qualitative projects <ul style="list-style-type: none"> o Planning, data collection and data analysis (especially qualitative content analysis) - Mixed Methods - Experimental design: experiments (field and lab experiments, online experiments), observations, case studies, interviews, questionnaires - Cross-sectional and longitudinal methods, panel data - Meta-analyses and systematic reviews - literature research - Standards of scientific writing in psychology <p>Theoretical principles for writing a scientific report/poster.</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Das Modul wird in deutscher Sprache angeboten</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bortz & Döring 2016: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Springer - Hussy, Schreier, Echtermann (2013): Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Springer - Lamnek, S., & Krell, C. (2005). Qualitative Sozialforschung. München: Psychologie Verlags Union. <p>Ergänzend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Albers S., Klapper D., Konradt U., Walter A., Wolf J.: (2009) Methodik der empirischen Forschung. 3. Auflage, Springer - Qualitativer Inhaltsanalyse: Schreier, M. (2012). Qualitative content analysis in practice. London, UK: Sage.
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -



Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Einführung in die empirische Sozial-forschung <i>Introduction to Empirical Social Research</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 120h; Kontaktzeit ca. 60h, Selbststudium 60h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das allgemeine psychologische Verständnis sowie für die Vorlesung Statistik und die Schwerpunktmodule Personalpsychologie und Marktpsychologie. Darüber hinaus sind die erworbenen Kenntnisse relevant für das Verfassen einer empirischen Abschlussarbeit sowie für den späteren Masterstudiengang. <i>The knowledge acquired in this module is important for the general understanding of psychology as well as for the lecture Statistics and the focus modules Personnel Psychology and Market Psychology. In addition, the knowledge acquired is relevant for writing an empirical thesis as well as for the later master's program.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Allgemeine Psychologie: Emotion, Motivation, Handeln	
*General Psychology: Emotion, Motivation, Action	
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>
	2333)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.12 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	N.N.
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Allgemeine Psychologie: Emotion, Motivation, Handeln <i>WrittenExam (90 min)</i> <i>General Psychology: Emotion, Motivation, Action</i>
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	In Bearbeitung
Lerninhalte <i>Content</i>	In Bearbeitung

Internationalität <i>International applicability</i>	In Bearbeitung
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	In Bearbeitung
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Allgemeine Psychologie: Emotion, Motivation, Handeln <i>General Psychology: Emotion, Motivation, Action</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das allgemeine psychologische und betriebswirtschaftliche Verständnis sowie für die Schwerpunktmodule Personalpsychologie, Marktpsychologie, Marketing Intelligence sowie für den späteren Masterstudiengang <i>The knowledge acquired in this module is important for the general psychological and business understanding as well as for the focus modules personnel psychology, market psychology, marketing intelligence as well as for the later master's program</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Wirtschaftsprivatrecht			
*Private Business Law			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2311	Wirtschaftsprivatrecht <i>Private Business Law</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.13 WiPsy – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Banzhaf / Hr. Beck	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		5	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Keine <i>None</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Wirtschaftsprivatrecht I <i>Written Exam (120 min.)</i> <i>Private Business Law</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>		Die Studierenden haben eine umfassende Kenntnis der wichtigsten für einen Betriebswirt relevanten Vorschriften des Bürgerliches Rechts. Die Studierenden erkennen die wirtschaftlichen und rechtlichen Zusammenhänge und die Systematik im Wirtschaftsprivatrecht. Sie identifizieren die Schnittstellen zum Steuerrecht. Die Studierenden sind befähigt, die er-	



	<p>langten materiellen Rechtskenntnisse und juristischen Arbeitstechniken auf komplexe praktisch relevante Fallgestaltungen anzuwenden, mit dem Ziel, schriftliche Rechtsgutachten und wissenschaftliche Ausarbeitungen zu verfassen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplexe rechtliche Probleme mit der Lehrkraft und ihren Kommilitonen zu diskutieren und unterschiedliche Rechtsauffassungen auszutauschen. Sie erkennen alternative Wege bei der Bearbeitung von Übungsfällen. Dabei wägen die Studierenden die Argumente für die verschiedenen Rechtsauffassungen gegeneinander ab und berücksichtigt alternative Lösungsmöglichkeiten bei der eigenen Lösung.</p> <p>Die Studierenden sind fähig, die eigenständig erarbeitete Lösung jederzeit zu reflektieren, strukturiert zu präsentieren und in der Praxis zu vertreten.</p> <p>The students have comprehensive knowledge of the most important provisions of civil law for business economists.</p> <p>The students recognise the economic and legal contexts and the system of civil business law. They identify the interactions with tax law. The students are able to implement the obtained knowledge and legal skills in substantive law to complex practically relevant cases with the aim to produce written legal opinions and scientific elaborations.</p> <p>The students are able to discuss complex legal issues with the lecturer and his fellow students and to exchange differing legal concepts. They knows different approaches in relation to the solution of legal cases. The students, thereby, weigh the legal arguments for different legal solutions against each other and considers alternative legal approaches for his own solution.</p> <p>The students are able to reflect their own solution at any time, to present in a structured way and to defend his solution in practise.</p> <ul style="list-style-type: none"> - knowledge of German civil law - knowledge of the most important types of contracts - handling types of securities - knowledge of the most important rules of trade law and corporate law
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Grundzüge des Allgemeinen Teils des BGB, des Schuldrechts und des Sachenrechts.</p>

	Basics of the general part of the German Civil Code, the laws of obligations and property law
Internationalität <i>International applicability</i>	Im Modul werden grundlegende Rechtskenntnisse vermittelt, die die Basis für internationale Rechtsthemen legen. <i>In the module, basic legal knowledge is taught, which lays the foundation for international legal topics.</i>
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Gesetzessammlung zum Wirtschaftsrecht Führich, Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen Verlag Jaensch, Grundzüge des Bürgerlichen Rechts Verlag C.F. Müller
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	-
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Wirtschaftsprivatrecht <i>Private Business Law</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Grundlage für weitere rechtsspezifische Veranstaltungen <i>Basis for additional lectures with a focus on law</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Differentielle Psychologie und Diagnostik			
*Differential Psychology and Diagnostics			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2335	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.14 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Ďuranová		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Klausur, 90 Minuten: Differentielle Psychologie und Diagnostik <i>Written Exam: 90 Minutes Differential psychology and diagnostics</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden kennen grundlegende Theorien und Paradigmen zentraler Persönlichkeitskonstrukte (Intelligenz, Kreativität, Soziale/ Emotionale Kompetenz, Extraversion, Neurotizismus, Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit, Kontrolliertheit). Die Studierenden kennen empirische Befunde zur Stabilität bzw. Veränderung der Persönlichkeit		



	<p>und die Bedeutung von Geschlechts- und kulturellen Unterschieden verschiedener Persönlichkeitsmerkmale. Die Studierenden kennen die allgemeinen Konstruktionsprinzipien psychometrischer Tests und verfügen über grundlegenden Kompetenzen zur Durchführung, Auswertung und Interpretation diagnostischer Verfahren (Tests, Interviews, Beobachtungsverfahren) zu verschiedenen Persönlichkeitsbereichen.</p> <p>The students know central theories and paradigms of personality constructs (intelligence, creativity, social/emotional competence, extraversion, neuroticism). The students know empirical findings on the stability or change of personality and the significance of gender and cultural differences of various personality traits. The students know the general principles for the construction of a psychometric test and has basic competencies for the implementation, evaluation and interpretation of diagnostic procedures such as psychometric tests, interviews and observation procedures.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Zentrale Themen umfassen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persönlichkeitsfaktoren, Persönlichkeitsprofile und Persönlichkeitsstörungen - Fähigkeiten: Intelligenz, Kreativität, Soziale und emotionale Kompetenz - Temperament und interpersonelle Stile (Big5 und Hexaco) - Stabilität, Veränderung und Konsequenzen der Persönlichkeit: Genetische- und Umwelteinflüsse - Klassische Testtheorie, Gütekriterien und Konstruktionsprinzipien psychometrischer Tests - Durchführung und Interpretation ausgewählter diagnostischer Verfahren (Leistungstests und Persönlichkeitsfragebögen) - Interviews, Beobachtungsverfahren, Eignungsdiagnostik <p>Key topics include</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personality factors, personality profiles, and personality disorders. - Abilities: Intelligence, Creativity, Social and emotional competence. - Temperament and interpersonal styles (Big5 and Hexaco) - Stability, change and consequences of personality: genetic and environmental influences

	<ul style="list-style-type: none"> - Classical test theory, quality criteria and construction principles of psychometric tests - Implementation and interpretation of selected diagnostic procedures (achievement tests and personality questionnaires) <p>Interviews, observation procedures, Aptitude diagnostics</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p>References to international contexts are also regularly made with regard to the respective topics.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Schmidt-Atzert, L. , Amelang, M.: Psychologische Diagnostik. 5. Auflage; Springer Verlag</p> <p>Asendorpf J. Persönlichkeitspsychologie für Bachelor, 3. Auflage; Springer Verlag</p> <p>Ergänzend: Rauthmann, J.: Persönlichkeitspsychologie: Paradigmen – Strömungen – Theorien; Springer Verlag</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Differentielle Psychologie und Diagnostik <i>Differential Psychology and Diagnostics</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das allgemeine psychologische und betriebswirtschaftliche Verständnis sowie für die Schwerpunktmodule Personalpsychologie, Marktpsychologie, Marketing Intelligence sowie für den späteren Masterstudiengang</p>

	The knowledge acquired in this module is important for the general psychological and business understanding as well as for the focus modules personnel psychology, market psychology, marketing intelligence as well as for the later master's program
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Statistik			
*Statistics			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2313	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.15 WiPsy - B.Sc. - SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Sebold		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	8		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	6		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Portfolioprüfung: - Eine unter Aufsicht zu erbringende schriftliche Leistung (Klausur = 90 Minuten) - Zwei Übungen in Form von schriftlichen Hausarbeiten - <i>One written performance to be performed under supervision (written exam = 90 minutes)</i> - <i>Two exercises in the form of written assignments</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Der/Die Studierende kann die Ziele und Aufgaben sowie die wichtigsten Grundbegriffe der Statistik benennen. Er/Sie		



	<p>kann die Hintergründe statistischer Methoden erläutern und ist fähig, die Grenzen statistischer Verfahren aufzuzeigen.</p> <p>Der/Die Studierende ist in der Lage, für ein konkretes Problem die geeigneten statistischen Methoden auszuwählen. Er/Sie kann wichtige Kennzahlen der deskriptiven Statistik berechnen und interpretieren. Der/Die Studierende ist fähig, Methoden der schließenden Statistik anzuwenden und gewonnene Ergebnisse zu interpretieren.</p> <p>Der/Die Studierende ist in der Lage, die Wirkung von Statistiken auf das eigene Handeln und das Handeln anderer kritisch zu reflektieren. Er/Sie ist fähig, grundlegende Befehle in der Statistiksoftware R auszuführen und deren Outputs zu interpretieren.</p> <p>Students are able to name tasks, objectives and fundamental statistical terms. They can comment on the background of statistical methods and highlight the limitations of those methods.</p> <p>Students have the ability to choose appropriate statistical methods for problems in question. They can calculate and interpret important descriptive statistics. Students are capable of using tools of inferential statistics and evaluate their results.</p> <p>Students can critically reassess the impact statistics has on the action of people. They are able to execute basic commands in the statistical software "R Programming Language" and interpret it's outputs.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Inhalte des Moduls:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgaben und Ziele der Statistik 2. Wichtige Grundbegriffe und Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik 3. Aufbereitung und grafische Darstellung von Daten 4. Berechnung und Interpretation von Lage-, Streuungs- und Konzentrationsmaßen 5. Messung von statistischen Zusammenhängen mit Hilfe von Regressions- und Korrelationsanalysen 6. Konzepte der Wahrscheinlichkeitsrechnung 7. Theoretische Verteilungen von Zufallsvariablen 8. Grundlegende Methoden der schließenden Statistik durch Einführung in Testverfahren, Punkt- und Intervallschätzungen 9. Testverfahren: Non-parametrische Testverfahren, Varianzanalyse, T-Test, Faktorenanalyse

	<p>Content</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tasks and aims of statistics 2. important basic concepts and fundamentals of descriptive and inductive statistics 3. preparation and graphical presentation of data 4. calculation and interpretation of measures of location, dispersion and concentration 5. measurement of statistical relationships using regression and correlation analysis 6. concepts of probability theory 7. theoretical distributions of random variables 8. basic methods of inferential statistics by introducing test procedures, point and interval estimations 9. test procedures: non-parametric tests, Analysis of variance, T-test, factor analysis
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die Kenntnis grundlegender statistischer Konzepte ist erforderlich, um auch während eines Auslandspraktikums oder Auslandsstudiums quantitativ arbeiten zu können. <i>Knowing basic statistical concepts enables students to work on quantitative problems during their stay abroad.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasch, B., Friese M., Hofmann W., Naumann E., Quantitative Methoden 1, Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler, 5. Auflage, Springer: Heidelberg 2. •Bortz J., Schuster C., Statistik für Human und Sozialwissenschaftler, 7. Auflage, Springer: Heidelberg 3. Field A., Miles J., Field Z., Discovering Statistics Using R, Sage• 4. Bourier, Günther: Beschreibende Statistik, Praxisorientierte Einführung mit Aufgaben und Lösungen, 12. Aufl., Gabler, Wiesbaden 2014 5. Rumsey D.: Übungsbuch Statistik für Dummies, 2. Auflage. Wiley 6. Wendler, A., Statistik –Einführung in Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik, Entwurf der 2. Aufl., Aschaffenburg 2019 <ul style="list-style-type: none"> - Folien - Übungsaufgaben
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>

Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	-
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Statistik <i>Statistics</i> (6 SWS) / (8 ECTS) (Workload 240h, Kontaktzeit: 90h, Selbststudium: 150h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das allgemeine psychologische und betriebswirtschaftliche Verständnis sowie für die Schwerpunktmodule Personalpsychologie, Marktpsychologie, Rechnungs- und Prüfungswesen, Marketing Intelligence und Finance sowie für den späteren Masterstudiengang. <i>The knowledge acquired in this module is important for the general understanding of psychology and business administration as well as for the focus modules Personnel Psychology, Market Psychology, Accounting and Auditing, Marketing Intelligence and Finance and for the subsequent Master's degree programme.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
*Introduction to Economics			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2314	Einführung in die Volkswirtschaftslehre <i>Introduction to Economics</i> Theorie der Mikroökonomie <i>Microeconomy theory</i> Anwendungen der Verhaltenswissenschaftlichen Mikroökonomie <i>Applications of behavioral microeconomics</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.16 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Achenbach / Prof. Dr. Krüger / Prof. Dr. Schott	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		7	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		6	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Keine <i>None</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Grundlagen der Volkswirtschaftslehre <i>Written Exam (120min): Introduction to Economics</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>		Die Studierenden erlernen die Arbeitsweisen und Analysemethoden der Volkswirtschaftslehre.	



	<p>Sie können wissenschaftliche Theorien und empirische Erkenntnisse selbstständig auf praktische Probleme anwenden.</p> <p>Sie entwickeln ein Verständnis für die Auswirkungen von Unternehmensentscheidungen auf die Effizienz von Märkten.</p> <p>Sie sind fähig zur Analyse einzelwirtschaftlichen Verhaltens von Unternehmen, Konsumenten und Staat.</p> <p>Die Studierenden können die Wirkungen staatlicher Eingriffe auf das Marktgeschehen einschätzen und verstehen die Interaktion von Märkten und Unternehmen.</p> <p>Sie verstehen die Herausforderungen der Gestaltung einer geeigneten Unternehmensverfassung.</p> <p>Sie verstehen anhand der mikroökonomischen Arbeitsmarkttheorie die Funktionsweise verschiedener Teilarbeitsmärkte und können die Erkenntnisse zur personalwirtschaftlichen Gestaltung der Arbeitsbeziehungen in Unternehmen nutzen.</p> <p>Sie kennen die Grundzüge von Vergütungssystemen in Theorie und Praxis und können diese gestalten.</p> <p>The students learn the working methods and analytical methods of economics.</p> <p>They can independently apply scientific theories and empirical findings to practical problems.</p> <p>They develop an understanding of the effects of corporate decisions on the efficiency of markets.</p> <p>They are able to analyse the individual economic behaviour of companies, consumers and the state.</p> <p>Students are able to assess the effects of state intervention on market activity and understand the interaction of markets and companies.</p> <p>They understand the challenges of designing an appropriate corporate constitution.</p> <p>They understand the functioning of different labour markets on the basis of microeconomic labour market theory and can use the findings for the personnel management design of labour relations in companies.</p> <p>They know the basic features of remuneration systems in theory and practice and can design them.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Die Studierenden verstehen die unterschiedlichen Forschungskonzepte, der neoklassischen und der neoinstitutionalistischen Theorie in der Mikroökonomie.</p> <p>Sie kennen die für die Anwendung in der Betriebswirtschaft wichtigsten modernen ökonomischen Theorien der verhaltenswissenschaftlichen) Mikroökonomie</p> <p>Students understand the different economic science concepts.</p> <p>They know the most important economic theories for usage in market, organization and managerial economics.</p> <p>Based on the acquired techniques and methods they are able to analyse practical economic problems, for instance in organizing Corporate Governance or Personnel Management</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Grundlagen der Mikroökonomik</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Mikroökonomie - Angebot und Nachfrage – Wie funktionieren Märkte? Grundlagen der Haushaltstheorie und der Theorie der Unternehmung - Wohlfahrtstheorie - Arbeitsteilung und Handel - Die Ökonomik des öffentlichen Sektors - Externe Effekte <p>Introduction to microeconomics. Supply and Demand. How do markets function, theory of household and firm behaviour. Markets and welfare. The economics of the public sector. Firm behaviour and the organisation of industry. External effects.</p> <p><u>Theorie der Mikroökonomie</u></p> <p>Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild</p> <p>Das Problem der asymmetrischen Informationen</p> <p>Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte</p> <p>Ausgewählte Ansätze der Mikroökonomie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Institutionenökonomie 2. Verhaltensökonomie 3. Spieltheorie <p>Essential assumptions in neoclassical theory and the idea of man in mikroeconomics</p>

	<p>The challenge of asymmetric information</p> <p>Markets as superior coordination form and imperfect markets</p> <p>Selected approaches of microeconomics, esp. institutionalistic and behavioural microeconomics, and game theory</p> <p><u>Anwendungen der verhaltenswissenschaftlichen Mikroökonomie</u></p> <p>Corporate Governance: Managerial Economics</p> <p>Das Problem: Trennung von Eigentum und Verfügungsgewalt</p> <p>Managementrollen, Motivation und Moral Hazard</p> <p>Make or Buy und Residual Loss</p> <p>Monitoring und Bonding</p> <p>Funktionalität der Teilarbeitsmärkte in Theorie und Praxis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Externer Arbeitsmarkt – Intransparenz als Problem 2. Interner Arbeitsmarkt – ein psychologischer Vertrag 3. Betriebsnaher Arbeitsmarkt – du musst vertrauen 4. Karriereforschung <p>Funktionale, Positionale und Imaginative Güter</p> <p>Relationale Vergütung</p> <p>Corporate Governance: Managerial Economics</p> <p>The challenge of property separation and the control of power</p> <p>Roles of Management, motivation and moral hazard</p> <p>Make or buy and residual loss</p> <p>Monitoring and bonding</p> <p>Functionality of labor markets</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The external labor market – lack of transparency 2. The internal labor market – a psychological contract 3. The “betriebsnahe” (near-service) labor market – trust and reference 4. Microeconomics of career <p>Functionality of goods, imaginative and positional goods and assets</p> <p>Relational remuneration</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Grundlegende Kenntnisse der Volkswirtschaft (Economics) sind erforderlich, um die Wirtschaftsbeziehungen der deutschen Wirtschaft mit dem Ausland zu verstehen und um sich im Praktikum, während des Studiums oder im späteren Beruf wirtschaftlich sicher im Ausland bewegen zu können.</p> <p><i>Mastering basic economics is necessary for understanding the relationships of the German economy with the rest of the world. It's a pre-requisite for the participation in foreign exchange programs or for working abroad.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Literatur:</p> <p>Achenbach/Feldhoff/Dürselen: Nachhaltige Vergütung von Bankvorständen</p> <p>Beck: Behavioral Economics</p> <p>Furubotn/Richter: Neue Institutionenökonomik</p> <p>Milgrom/Roberts: Economics, organization and management</p> <p>Pyndick/Rubinfeld: Mikroökonomie</p> <p>Rieck: Spieltheorie</p> <p>Varian: Grundzüge der Mikroökonomik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Folien zu einzelnen Themen/ E-Lectures <i>Lecture charts/ E-Lectures</i> - Übungsaufgaben <i>Exercises</i>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Grundlagen der Volkswirtschaftslehre <i>Introduction to Economics</i> (6 SWS) / (7 ECTS) (Workload 210h; Kontaktzeit 90h, Selbststudium 120h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i></p>

<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse sind wichtig für das Verstehen grundlegender ökonomischer Zusammenhänge.</p> <p><i>The acquired knowledge is important for the understanding of basic economic principles.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Konsum- und Werbepsychologie			
*Consumer and Advertising Psychology			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2336	Grundlagen Werbepsychologie <i>Basics of Psychology for Advertising</i> Psychologie des Kaufverhaltens <i>Psychology for Purchasing Behavior</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.22 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Keil		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Bio- und Allgemeine Psychologie (Grundlagen der Psychologie), Sozialpsychologie empfohlen <i>Bio- and general psychology (basics of psychology), social psychology recommended</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>			
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Schriftliche Prüfung (90 Minuten) <i>Written Exam (90 Minutes)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: 1) die Bedeutung der Kauf- und Werbepsychologie in Wissenschaft und Praxis einordnen und bewerten,		



	<p>2) psychologische Einflüsse auf Werberezeption und Konsumentenverhalten reflektieren und in die Gestaltung von Werbemaßnahmen integrieren, 3) psychologische Wirkungsmodelle der Werbung erläutern, voneinander abgrenzen und kritisch einordnen, 4) die gängigen quantitativen und qualitativen Methoden der Markt- und Werbepsychologie benennen und ihre Einsatzmöglichkeiten bewerten</p> <p>Upon successful completion of the module, students will be able to:</p> <p>1) classify and evaluate the significance of purchase and advertising psychology in science and practice, 2) reflect on psychological influences on advertising reception and consumer behavior and integrate them into the design of advertising measures, 3) explain, differentiate and critically classify psychological impact models of advertising,</p> <p>name the common quantitative and qualitative methods of market and advertising psychology and advertising psychology and evaluate their possible applications.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Kauf- und Werbepsychologie - Wahrnehmung und Aufmerksamkeit - Lernen und Gedächtnis - Emotion und Motivation - Sozialer Einfluss und soziale Urteilsbildung - Einstellungen - Werbewirkung und -gestaltung - Inhalte von Werbung - Methoden der Kauf- und Werbepsychologie <ul style="list-style-type: none"> - Basics of purchase and advertising psychology - Perception and attention - Learning and memory - Emotion and Motivation - Social influence and social judgment attitudes - Advertising impact and design - Contents of advertising <p>Methods of purchase and advertising psychology</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p>In the context of the individual thematic focal points, international references are also regularly made.</p>

<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Berlin: Springer.</p> <p>Berekoven, L., Eckert, W., & Ellenrieder, P. (2009). Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung. Wiesbaden: Springer-Gabler.</p> <p>Cialdini, R. B. (2017). Die Psychologie des Überzeugens, Wie Sie sich selbst und Ihren Mitmenschen auf die Schliche kommen. Bern: Huber.</p> <p>Fichter, C. (2018). Wirtschaftspsychologie für Bachelor. Heidelberg: Springer.</p> <p>Frey, D. & von Rosenstiel, L. (2007). Wirtschaftspsychologie. Enzyklopädie der Psychologie. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Kroeber-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2013). Konsumentenverhalten (10. Aufl.). Weinberg: Vahlen-Verlag.</p> <p>Kuß, A., Wildner, R., & Kreis, H. (2018). Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse. Wiesbaden: Springer-Gabler.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Gruppenarbeit/ Planspiel/ Task-based Learning <i>Teamwork/ Simulation game/ Task-based learning</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Werbepsychologie <i>Basics of Psychology for Advertising</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h) - Psychologie des Kaufverhaltens <i>Psychology for Purchasing Behavior</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h)
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Konsum- und Werbepsychologie <i>Cnsumer and Advertising Psychology</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>



Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	<p>Ziel des Marketings in Unternehmen und der zugehörigen Dienstleister wie Werbeagenturen oder Marktforschungsinstituten ist eine hohe Werbewirkung zu erzielen und so Kaufentscheidungen zu fördern. Um eine hohe Werbewirkung erzielen zu können, sind psychologische Kenntnisse über Konsumenten in den Bereichen Wahrnehmung, Einstellungen, Entscheidungen und Verhalten im sozialen Raum, wie sie in diesem Modul vermittelt werden, essentiell.</p> <p><i>The goal of marketing in companies and the associated service providers such as advertising agencies or market research institutes is to achieve a high advertising impact and thus to promote purchasing decisions. In order to be able to achieve a high advertising impact psychological knowledge of consumers in the areas of perception, attitudes, decisions and behavior in the social sphere are required.</i></p>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Fachsprache Englisch			
* English for special Purposes			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2316	Wirtschaftsenglisch <i>Business English</i> Englisch für Wirtschaftspsychologie <i>English for Business Psychology</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.18 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	LB Fr. Lawerentz		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Mind. 7 Jahre Schulenglisch/ Niveaustufe B2 Kurszielniveau C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (Common European Framework for Languages (http://europass.cedefop.europa.eu/LanguageSelfAssessmentGrid/de) <i>At least 7 years of English at school level corresponding to B2 level with the aim of attaining C1 after successful completion of the course</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Referat / mündlicher Leistungsnachweis („mit Erfolg“ bewertet) <i>Oral exam/presentation</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	1 schriftliche Prüfung (120 min) Fachsprache Englisch <i>Written Exam (120 min)</i> <i>English for Special Purposes</i>		

<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Die Studierenden sind befähigt, die englische Sprache sowohl mündlich als auch schriftlich flüssig und richtig anzuwenden (GERS Niveau B2+/C1).</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, wirtschaftspsychologisches englisches Fachvokabular zu identifizieren und zu benennen.</p> <p>Sie können wirtschaftspsychologische Trends in angemessenem Englisch darstellen.</p> <p>Die Studierenden sind fähig, wirtschaftspsychologisch relevante Handelskorrespondenz thematisch und stilistisch von Geschäftsbriefen bis hin zu E-Mails zu verfassen und einzuordnen.</p> <p>Sie können die englische Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext anwenden.</p> <p>Aufgrund der Einübung der Grundfertigkeiten Hörverstehen, Leseverstehen, Sprechen und Schreiben können die Studierenden Sachverhalte im Bereich Wirtschaftspsychologie zu ausgewählten Themenbereichen bzw. von weiteren wirtschaftlichen Texten (Marketing, Finanzen, Management, Personalwesen, Kundenpflege, Digitalisierung, Umwelt, Nachhaltigkeit usw.) und aktuellen Presseartikeln interpretieren.</p> <p>Die mündliche Präsentation zu einem aktuellen Thema der Wirtschaftspsychologie befähigt die Studierenden zur Teamarbeit mit anderen Studierenden in einem begrenzten Zeitrahmen.</p> <p>Die Studierenden können sich an Klassendiskussionen und in Simulationen typischer Geschäftssituationen wie Besprechungen, Verhandlungen, Präsentationen und Telefonaten durch zuverlässige Anwendung der englischen Sprache beteiligen. Die Studierenden sind befähigt, wirksam und souverän mit anderen Lernenden auf Englisch zu interagieren.</p> <p>Sie können auf Englisch gelehrten Modulen folgen und sind für weitere akademische Studien bzw. Begegnungen im internationalen Wirtschaftsumfeld ihres zukünftigen Berufslebens gerüstet.</p> <p><i>Students are capable of expressing themselves fluently and correctly in English both in speaking and writing (CEFR level B2+/C1).</i></p>
--------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>They are able to identify and name relevant terms and vocabulary from the field of business psychology in English.</p> <p>Students are capable of pointing out current trends in business psychology in adequate English.</p> <p>They are enabled to prepare and to distinguish among various types of business correspondence relevant for business psychology ranging from business letters to e-mails.</p> <p>Students are enabled to internationally apply the English language in a specialised and professional context.</p> <p>Training the basic competences of reading, listening, speaking and writing, they are able to interpret facts related to business psychology and data from further selected business areas (marketing, finance, management, HR, customer service, digitalisation, environment, sustainability etc.) and current business-press articles.</p> <p>For their oral presentation on a current matter of business psychology, students are capable of working together in a team with other students within a certain time frame.</p> <p>They are enabled to engage in classroom discussions as well as simulations of typical business situations such as participating in a meeting or a negotiation, delivering a presentation, conducting telephone conversations by demonstrating a good operational command of English.</p> <p>Students are able to effectively interact with other students in English more confidently.</p> <p>They are capable of following English-taught courses and are prepared for academic studies and/or international business dealings in their future professional life.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Entwicklung der vier sprachlichen Grundfertigkeiten (Hörverstehen, Leseverstehen, Sprechen und Schreiben) im wirtschaftsbezogenen Kontext mit Schwerpunkt auf Verstehen und Anwenden wirtschaftspsychologischer Fachtexte/ausgewählter Auszüge aus Fachpresse und wirtschaftlichen Lehrmaterialien in englischer Sprache zur Erarbeitung von studiengangsbezogenem Fachvokabular.</p> <p><u>Vorrangige Themenfelder:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Digitale und nachhaltige Zusammenarbeit (Anwendung verschiedener Tools) - Verfassen ausgewählter Geschäftskorrespondenz



	<ul style="list-style-type: none"> - Verfassen von Berichten, Blogs und Zusammenfassungen - Abhalten mündlicher Präsentationen zu wirtschaftspsychologischen Themen, Einüben von Telefonaten, Videokonferenzen und der aktiven Mitwirkung an Besprechungen und Verhandlungen in englischer Sprache - Was ist Psychologie? - Fachgebiete der Psychologie - Psychologie in der Praxis - Psychologie und Computer - Psychologie mit Blick auf die Zukunft <p>Consolidation of the for basic language skills (listening, reading comprehension, speaking and writing) in a business psychology context emphasizing the comprehension and application of English business texts, assorted extracts from specialist press articles and management sources for developing and advancing study-course related technical vocabulary.</p> <p><u>Focus on:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Digital and sustainable collaboration (applying various tools) - Preparing selected types of business correspondence - Preparing reports, blog posts, and summaries - Delivering oral presentations on a topic related to business psychology, preparing phone calls, videoconferences and active contribution to meetings and negotiations in English - What is psychology? - Branches of psychology - Psychology in practice - Psychology and computers - Psychology with the future in mind
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Fähigkeit, die erworbenen sprachlichen Kenntnisse und Kompetenzen in einem internationalen fachlich-akademischen bzw. beruflichen Umfeld angemessen anzuwenden und interkulturelle Problemstellungen zu erkennen</p> <p>The students are capable of adequately applying the acquired language proficiency in an international specialised academic or professional environment and of recognising intercultural issues.</p>



<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Kursprogramm:</u> Kursbuch English for Psychology in Higher Education (Paperback 2009 oder E-book 2019) Gratis Quizlet Activities & Audio Download: https://www.garneteducation.com/product/english-for-psychology-in-higher-education-studies-course-book-ebook/</p> <p>Online-Kurs SPEEXX C1.1 sowie ausgewählte aktuelle digitale Materialien.</p> <p>Semesterapparat/Kursskript: Neben SPEEXX werden weitere einschlägige Materialien auf der th-ab e-learning Plattform (Moodle) eingestellt. https://moodle.th-ab.de/</p> <p>Weitere Literaturempfehlung (vgl. Semesterapparat Wirtschaftsenglisch Prof. Dr. Angress/Prof. Dr. Link in der Bibliothek)</p> <p><u>Study-course programme:</u></p> <p>Course book English for Psychology in Higher Education (Paperback 2009 oder E-book 2019) Free Quizlet Activities & Audio Download: https://www.garneteducation.com/product/english-for-psychology-in-higher-education-studies-course-book-ebook/</p> <p>Online course SPEEXX C1.1 as well as selected current digital materials.</p> <p>Recommended reading/course script: Besides SPEEXX, there will be further relevant materials uploaded to the university's e-learning platform (Moodle). https://moodle.th-ab.de/</p> <p>More recommended literature (see course reserve Business English Prof. Dr. Angress/Prof. Dr. Link in the university library)</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i> - Gruppenarbeit/ Planspiel/ Task-based Learning <i>Teamwork/ Simulation game/ Task-based learning</i> - Selbststudium <i>Private study</i>

<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftsentglish <i>Business English</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h) - English für Wirtschaftspsychologie <i>English for Business Psychology</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h)
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Fachsprache Englisch <i>English für Special Purposes</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Englisch <i>English</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Grundlagen für ein Studium oder Praktikum im Ausland und Voraussetzung für das Zertifikat Cambridge BEC Higher. <i>Prepares for Cambridge BEC Higher or study or internship abroad and further academic studies in English.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>



Strategisches Management und Change			
*Strategic Management and Change			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2317	Strategisches Management <i>Strategic Management</i> Changemanagement <i>Changemanagement</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.19 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Lauer		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>			
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	1 schriftliche Prüfung (90 Min) Strategisches Management und Change <i>Written Exam (90 Min)</i> <i>Strategic Management and Change</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> - Kennen die Phasen des Unternehmens-planungsprozesses und können Strategisches Management einordnen. - Beherrschen Methoden der strategischen Analyse und können diese auf Fallbeispiele anwenden. 		

	<ul style="list-style-type: none"> - Beherrschen Methoden der Strategiekonzeption und können diese auf Fallbeispiele anwenden. - Verstehen den Zusammenhang von Strategischem und Change Management. - Gewinnen ein vertieftes Verständnis für die psychologischen und sozialpsychologischen Herausforderungen von Wandel. - Kennen die Hindernisse erfolgreichen Unternehmenswandels und können diese anhand von Fallbeispielen wiederentdecken. - Können auf Basis der Erfolgsfaktoren des Unternehmenswandels selbst Konzepte erstellen. <p>The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Know the phases of the corporate planning process and can classify strategic management. - Master methods of strategic analysis and can apply them to case studies. - Master methods of strategy conception and can apply them to case studies. - Understand the relationship between strategic and change management. - Gain a deeper understanding of the psychological and socio-psychological challenges of change. - Know the obstacles to successful corporate change and can rediscover them based on case studies. - Are able to create their own concepts based on the success factors of corporate change.
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Überblick Unternehmensplanung - Strategische Analyse - Strategiekonzeption - Hemmnisse des Unternehmenswandels - Erfolgsfaktoren des Unternehmenswandels <ul style="list-style-type: none"> - Overview Corporate Planning - Strategic Analysis - Strategic conception - Barriers to corporate change - Success factors of corporate change
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Es werden auch Fallstudien internationaler Unternehmen genutzt. <i>Case studies of international companies are also used.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Lauer, T. (2019): Change Management – Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer-Gabler</p>

	<p>Lauer, T. (2021): Quick Guide Change Management für alle Fälle – Was uns Fallstudien lehren, Wiesbaden: Springer-Gabler</p> <p>Lauer, T. (2022): Unternehmensführung für Dummies. Weinheim: Wiley VCH</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Fallstudien <i>Case Studies</i> - Selbststudium <i>Individual study</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Strategisches Management <i>Strategic Management</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h) - Changemanagement <i>Changemanagement</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h)
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Strategisches Management und Change <i>Strategic Management and Change</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Teil Change Management für den Studienschwerpunkt Personalpsychologie - Teil Strategisches Management für den Studienschwerpunkt Marktpsychologie - <i>Part Change Management for the major Personnel Psychology</i> - <i>Part Strategic Management for the major Market and Consumer Psychology</i>

Arbeitsrecht und Mediation			
*Labour Law and Mediation			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2337	Arbeitsrecht <i>Labour Law</i> Verhandlung und Mediation <i>Negotiation and Mediation</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.20 – WiPsy – B.Sc. – SPO 1)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Hirdina / Prof. Dr. Schütze		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>			
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- Schriftliche Prüfung (120 Minuten) <i>Written Exam (120 Minutes)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Arbeitsrecht: Die Studierenden können die rechtlichen Grundzüge für die Arbeit im Personalwesen benennen wie relevante Rechtsaspekte für das Einstellungsverfahren, für die Arbeitsunfähigkeit, für das Urlaubsrecht, für die Entlohnung, für die Kündigung, den Aufhebungsvertrag, für das Arbeitszeugnis, für Betriebsvereinbarungen und Tarifverträge.		



	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Einstellungsgespräche zu führen, Arbeits- und Aufhebungsverträge unter Heranziehung von Vorlagen zu schließen, Abmahnungen und Kündigungen auszusprechen, Arbeitszeugnisse auszustellen, die notwendige Betriebsratsbeteiligung zu erkennen und durchzuführen und das Tarifrecht anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden können selbständig personalrechtliche Standardfragestellungen bearbeiten, entscheiden und auch in der Praxis vertreten.</p> <p>Die Studierenden können komplexere Rechtsfragen aus der Personalarbeit erkennen und gemeinsam mit anderen einer tragfähigen Lösung für die Praxis zuführen. Sie können unter Einbindung anderer soziale Gegenpositionen, die personalrechtlichen Fragestellungen wesensimmanent sind, ausgleichen und der Akzeptanz der Beteiligten zuführen.</p> <p>Mediation: Die Studierenden haben ihr eigenes Konfliktverhalten analysiert und Methoden für die Bewältigung von Konflikten kennengelernt. Sie wenden diese sicher an. Sie kennen die Grundprinzipien der Mediation und des Harvard-Prinzips und nutzen diese in herausfordernden Verhandlungssituationen. Ein Werkzeugkasten für gute Kommunikation wird den Studierenden vermittelt und kann von diesen effizient und situationsangemessen angewendet werden.</p> <p>Labour Law The students are able to express the legal basics for the employment, incapacity for work, the laws of vacation, the remuneration, the termination of employment contracts, the settlement agreement, the job references, collective employment agreements and collective wage agreements. The students are able to conduct employment interviews, to conclude employment and settlement agreements, to express reprimands and terminations, to compile job references, to recognize the requirement for a compulsory involvement of the works council und to apply the laws of wages. The students are able to independently assess and decide typical legal issues and to defend them in practice.</p> <p>The students are able to identify more complex legal issues in the field of employment and to develop sustainable solutions in cooperation with others. They are able to balance social counterpositions which are imminent in employment related issues in cooperation with others and to create acceptance for his own legal approach.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Mediation Students have analyzed their own conflict behavior and become familiar with methods for managing conflicts. They apply these confidently. They know the basic principles of mediation and the Harvard principle and use them in challenging negotiation situations. A toolbox for good communication is imparted to the students and can be applied by them efficiently and appropriately to the situation.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Arbeitsrecht Grundzüge des Individualarbeitsrechts unter Berücksichtigung der Bezüge zum Sozialversicherungsrecht, insbesondere die Anbahnung eines Arbeitsverhältnisses und der Arbeitsvertrag, die Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer, Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall, Urlaubsrecht, privilegierte Arbeitnehmerhaftung, Annahmeverzug und Betriebsrisikolehre, Betriebsübergang, die Beendigung des Arbeitsverhältnisses, die betrieblich relevanten Bereiche des Arbeitsschutzrechtes. Einzelne wesentliche Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere des Betriebsverfassungsrechts, aber auch des Tarifrechts.</p> <p>Mediation Vier Seiten einer Nachricht Schulz von Thun, Maslow'sche Bedürfnispyramide, Konfliktypen (Selbstreflexion und in der Mediation), Kommunikationstypen, Die Prinzipien der Mediation, Feedbackregeln, positive reframing, Stressverhalten, Mediation und Recht</p> <p>Labour Law Basics of individual labour law also with regard to connections to social security law, in particular the initiation of employment contracts, the rights and obligations of employers and employees like remuneration in case of incapacity for work, laws on vacations, privileged liability of employees, default in acceptance and the doctrine of business risks, transfer of business, termination of employment contracts, business relevant areas of workers protection. Certain important basics of collective labour law in particular the laws of the works constitution and collective bargaining law.</p> <p>Mediation Four sides of a message Schulz von Thun, Maslow's pyramid of needs, types of conflict (self-reflection and in mediation), types of communication, The principles of mediation, feedback rules, positive reframing, stress behavior, mediation and law</p>

Internationalität <i>International applicability</i>	Unterrichtssprache ist Deutsch, überwiegend deutsches Arbeitsrecht als Grundlage. Die Studierenden lernen die Rechtsgebiete des Arbeitsrechts kennen, die auf europäischer Ebene harmonisiert sind. <i>Language of instruction is German, predominantly German contract law as a basis. The students obtain knowledge of areas of labour law which are harmonized at European level</i>
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Lütkehaus, Isabell; Pach, Izabella: Basiswissen Mediation, 2 Auflage, Frankfurt 2020 Hirdina, Ralph, Arbeitsrecht, 6. Auflage, Nomos Verlag 2024 NZA, Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Gruppenarbeit/ Planspiel/ Task-based Learning <i>Teamwork/ Simulation game/ Task-based learning</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsrecht <i>Labour Law</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h) - Verhandlung und Mediation <i>Negotiation and Mediation</i> (2 SWS / 2,5 ECTS) (Workload 75h, Kontaktzeit 30h, Selbststudium 45 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Arbeitsrecht und Mediation <i>Labour Law and Mediation</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	



Fakultät Wirtschaft und Recht

Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>
-------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------

Behavioral Finance			
*Behavioral Finance			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2319	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.21 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Keil		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Bio- und Allgemeine Psychologie (Grundlagen der Psychologie), Sozialpsychologie empfohlen <i>Bio- and general psychology (basics of psychology), social psychology recommended</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- Schriftliche Prüfung (90 Minuten) <i>Written Exam (90 Minutes)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls: - theoretische Erklärungsmodelle aus Behavioral Finance verstehen und in der Praxis anwenden - das Verhalten der Akteure bei der kurzfristigen und langfristigen Kapitalanlage an der Börse und außerhalb der Börse nachvollziehen		



	<ul style="list-style-type: none"> - Zielsysteme für unterschiedliche Kapitalanleger zusammenstellen - Anlegerprofile entwerfen und Portfolios für konkrete Anlegertypen zusammenstellen - Planungs- und Entscheidungsprozesse in der Gruppe und als Einzelaktivität simulieren und analysieren - Börsenportfolios mit Aktien, Anleihen, Rohstoffen, Devisen, Fonds und Hebelprodukten zusammenstellen - das eigene Verhalten als Kapitalanleger analysieren - die Kapitalanlage an der Börse und die Kapitalanlage außerhalb der Börse in ausgewählten Bereichen gegenüberstellen <p>außergewöhnliche Ideen für die Kapitalanlage außerhalb der Börse entwickeln</p> <p>After successful completion of the module, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Understand theoretical explanatory models from behavioral finance and apply them in practice - Understand the behavior of actors in short-term and long-term capital investment on and off the stock market - Compose target systems for different capital investors - Design investor profiles and assemble portfolios for specific investor types - Simulate and analyze planning and decision-making processes in groups and as individual activities - Compile stock market portfolios with stocks, bonds, commodities, foreign exchange, funds and leveraged products - Analyze one's own behavior as an investor <p>Compare capital investment on the stock exchange and capital investment outside the stock exchange in selected areas develop extraordinary ideas for capital investment outside the stock exchange</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Praxisorientierte und umfassende Betrachtung des Verhaltens von Kapitalanlegern</p> <ul style="list-style-type: none"> - Behavioral Finance als Betrachtung des Verhaltens bei kurzfristiger Kapitalanlage an der Börse - Erweiterte Sichtweise: Langfristige Kapitalanlage –Anlage außerhalb der Börse - Finanzielle und zeitliche Restriktionen - Ziele bei der Kapitalanlage - Finanzwirtschaftliche Ziele: Rendite –Sicherheit –Liquidität - Wertorientierte Ziele: Nachhaltigkeit –Einfluss –Kunst



	<p>–Lebensqualität</p> <p>Verhalten der Akteure bei der Kapitalanlage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Großanleger –Kleinanleger - Börsenhändler –Portfoliomanager –Analysten –Anlageberater - Entwurf eines Anlegerprofils und Analyse des Verhaltens des Anlegers bei der Zusammenstellung eines Portfolios - Anlegerprofil für kurzfristige Kapitalanlage –Verhalten des Anlegers bei der - Zusammenstellung eines kurzfristigen Portfolios an der Börse - Anlegerprofil für langfristige Kapitalanlage –Verhalten des Anlegers bei der - Zusammenstellung eines langfristigen Portfolios an der Börse und außerhalb der Börse - Simulation der Planungs- und Entscheidungsprozesse bei kurzfristiger und langfristiger <p>Kapitalanlage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelentscheidungen –Gruppenentscheidungen - Betrachtung des eigenen Verhaltens –Betrachtung des Verhaltens der anderen - Marktteilnehmer - Kritische Analyse des eigenen Verhaltens - Vergleich der eigenen kurzfristigen Anlageentscheidungen mit der tatsächlichen - Kursentwicklung - Beurteilung der eigenen kurzfristigen Anlageentscheidungen - Umschichtungen im Portfolio - Konsequenzen für die eigenen langfristigen Anlageentscheidungen <p>Practice-oriented and comprehensive consideration of the behavior of capital investors</p> <ul style="list-style-type: none"> - Behavioral finance as a view of behavior in short-term capital investment on the stock market - Broader view: Long-term capital investment -investment outside the stock market - Financial and time restrictions - Goals in capital investment - Financial objectives: Return -Security -Liquidity
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<ul style="list-style-type: none"> - Value-based objectives: Sustainability -influence -art-quality of life <p>Behavior of the actors in capital investment</p> <ul style="list-style-type: none"> - Major investors -Small investors - stock exchange traders -portfolio managers -analysts - investment advisors - Design of an investor profile and analysis of the investor's behavior in constructing a portfolio - Investor profile for short term investment -behavior of the investor in the - Behavior of the investor in the composition of a short-term portfolio on the stock exchange - Investor profile for long-term capital investment -behavior of the investor in the - Behavior of the investor during the composition of a long-term portfolio on the stock exchange and outside of the stock exchange - Simulation of the planning and decision-making processes for short-term and long-term <p>Capital investment</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individual decisions -Group decisions - Consideration of one's own behavior -Consideration of the behavior of other - market participants - Critical analysis of own behavior - Comparison of one's own short-term investment decisions with actual - price development - Evaluation of own short-term investment decisions - Shifts in the portfolio <p>Consequences for own long-term investment decisions</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p><i>In the context of the individual thematic focal points, international references are also regularly made.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Hilbert, S., Metzner, T. (2021): Behavioral Finance, Kohlhammer, Stuttgart</p> <p>Daxhammer, R.; Facsar, M. (2018): Behavioral Finance, UTB, Stuttgart</p>

	<p>Janous, G. (2016): Zum Verhältnis von Markt und Individuum auf Finanzmärkten, SpringerGabler, Wiesbaden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kremer, J. (2018): Marktrisiken, SpringerGabler, Wiesbaden
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	-
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Behavioral Finance <i>Behavioral Finance</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die Studierenden bekommen ein Einblick in die unterschiedlichen Aufgabenstellungen in den Bereichen Vermögensanlage, Anlageberatung und Wertpapieranalyse. Dies ist hilfreich für die Schwerpunktwahl im weiteren Studienverlauf.</p> <p><i>Students gain an insight into the various tasks involved in the areas of investment, investment advice and securities analysis. This is helpful for the choice of focus in the further course of study.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Medienpsychologie			
*Media Psychology			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2315	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.17 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Kotte		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Schriftliche Prüfung (90 Minuten) <i>Written Exam (90 Minutes)</i> Zusätzliche freiwillige Bonusleistung (i.S.v. §14 APO): Bearbeitung von Übungsaufgaben in Form von Teilnahme an einem digitalen Kick-off-Termin und an 3 30min.-Coaching-Sessions mit einem KI-Coach sowie anschließendem Ausfüllen eines Fragebogens (geschlossene und offene Fragen) zur Usability <i>Additional voluntary bonus achievement (as defined in §14 APO): Completion of exercises in the form of participation</i>		



	<p>in a digital kick-off meeting and 3 30-minute coaching sessions with an AI coach followed by completion of a questionnaire (closed and open questions) on usability</p>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Die Studierenden können zentrale Konzepte und Theorien sowie empirische Befunde der Mediennutzung und der Medienwirkung benennen und erläutern.</p> <p>Die Studierenden benennen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen verschiedenen Erklärungsansätzen der Mediennutzung und Medienwirkung. Sie ordnen diese systematisch ein und bewerten sie bzgl. ihrer Vor- und Nachteile.</p> <p>Die Studierenden analysieren Medien (z.B. Werbespots, Zeitschriften-Cover, Medienberichte) anhand theoretischer Modelle und bewerten sie anhand verschiedener Kriterien, u.a. bzgl. ihrer Effektivität und leiten daraus praktische Schlussfolgerungen für deren Gestaltung ab.</p> <p>Die Studierenden reflektieren ihren eigenen Umgang mit Medien vor dem Hintergrund medienpsychologischer Theorien und Befunde und entwickeln Strategien, um ihre Selbstregulation im Umgang mit Medien und ihre Medienkompetenz zu verbessern.</p> <p>Students can name and explain central concepts and theories as well as empirical findings regarding media use and media effects.</p> <p>Students can identify similarities and differences between various approaches to explaining media use and media effects. They classify these systematically and evaluate them with regard to their advantages and disadvantages.</p> <p>Students analyze media (e.g. commercials, magazine covers, media reports) on the basis of theoretical models and evaluate them according to various criteria, including their effectiveness, and deduce practical implications.</p> <p>Students reflect their own use of media in light of theories and findings from media psychology and develop strategies to improve their media literacy and their self-regulation in dealing with media.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><i>Grundlagen der Medienpsychologie:</i> Begriffsklärung, geschichtliche Entwicklung, Fragestellungen, Anwendungsfelder</p> <p><i>Medienwahl und Mediennutzung (media choice and usage):</i> Überblick über ausgewählte Aspekte der Mediennutzung</p>



	<p>und Quellen für Mediennutzungsdaten, zentrale Theorien und Befunde der Medienwahl und Mediennutzung (u.a. Uses- und Gratifications-Ansatz, Mood-Management-Ansatz)</p> <p><i>Medienwirkung (media effects):</i> Zentrale Modelle und Befunde zu Medienwirkungen auf unterschiedlichen Ebenen: kognitive und Einstellungsebene (u.a. ELM, Agenda Setting, Framing), emotionale Ebene (u.a. Excitation Transfer) und Verhaltensebene (u.a. Aggression/Gewalt und prosoziales Verhalten), Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Konzeption medialer Kommunikation</p> <p><i>Medien im Kontext von Individuum und Gesellschaft:</i> Entwicklung und Messung von Medienkompetenz (media literacy), Medien als Sozialisationsinstanz, Medien in Wirtschaft und Politik</p> <p><i>Anwendungsfelder der Medienpsychologie:</i> z.B. Marketing und Werbung, Usability, E-HRM, psychologische Phänomene bei Social Media</p> <p><i>Foundations of media psychology:</i> definition of terms, historical development, questions, fields of application</p> <p><i>Media choice and usage:</i> Overview of selected aspects of media usage and sources of media usage data, central theories and findings of media choice and usage (e.g., uses and gratifications approach, mood management approach).</p> <p><i>Media effects:</i> Central models and findings on media effects on different levels: cognitive and attitudinal level (e.g., ELM, agenda setting, framing), emotional level (e.g., excitation transfer) and behavioral level (e.g., aggression/violence and prosocial behavior), derivation of recommendations for the conception of media communication</p> <p><i>Media in the context of the individual and society:</i> development and measurement of media literacy, media as an instance of socialization, media in business and politics</p> <p><i>Fields of application of media psychology:</i> e.g., marketing and advertising, usability, e-HRM, psychological phenomena in social media</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Mediennutzung wird in einen internationalen Kontext eingeordnet (z.B. regionale Ähnlichkeiten und Unterschiede). Die Inhalte sind international anwendbar, werden aber nicht auf Englisch vermittelt.</p> <p><i>Media use is placed in an international context (e.g., regional similarities and differences). The contents are internationally applicable but are not taught in English.</i></p>

<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Folien, Lehrbücher und weitere Literaturangaben.</p> <p>Lehrbücher:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Batinic, M. & Appel, M. (2008). <i>Medienpsychologie</i>. Springer. - Trepte, S., Reinecke, L. & Schäwel, J. (2021). <i>Medienpsychologie</i> (3. erw. Aufl.). Kohlhammer <p>Slides, textbooks and additional references.</p> <p>Textbooks:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Batinic, M. & Appel, M. (2008). <i>Medienpsychologie</i>. Springer. - Trepte, S., Reinecke, L. & Schäwel, J. (2021). <i>Medienpsychologie</i> (3. erw. Aufl.). Kohlhammer
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Medienpsychologie <i>Media Psychology</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Grundlagen für Kauf- und Werbepsychologie <i>Basis for consumer an advertising psychology</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Arbeits- und Organisationspsychologie			
*Work and Organizational Psychology			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2309	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.23 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Kotte		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Arbeits- und Organisationspsychologie <i>WrittenExam (90 min)</i> <i>Work and Organizational Psychology</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Studierende haben einen Überblick über die wichtigsten Themen der Arbeits- und Organisationspsychologie. Sie kennen zentrale psychologische Theorien und empirische Befunde zum menschlichen Erleben und Verhalten bei der Arbeit und in Organisationen.		



	<p>Sie können mit Hilfe dieser Theorien und Befunde Fallbeispiele analysieren.</p> <p>Sie sind in der Lage, Lösungsansätze für konkrete arbeits- und organisationspsychologische Fragestellungen aus der betrieblichen Praxis zu entwickeln.</p> <p>Students have gained an overview of the most important topics in work and organizational psychology.</p> <p>They know the most important psychological theories and empirical findings on mental processes, emotion and behavior at work and in organizations.</p> <p>They are able to analyze case studies with the help of these theories and findings.</p> <p>They are able to develop solutions for concrete practice challenges in work and organizational psychology.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Zentrale Themen umfassen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in die Arbeits- und Organisationspsychologie 2. Organisation: Grundlagen, Kultur, Organisationsentwicklung & Change 3. Verhältnis Person – Organisation: Gravitation und Sozialisation 4. Berufswahl und berufliche Entwicklung [Führung → Vorlesung Personalführung] 5. Zusammenarbeit in Teams 6. Arbeitszufriedenheit und Arbeitsmotivation 7. Arbeitsanalyse und -gestaltung 8. Teleworking/ Telekooperation 9. Arbeit und Gesundheit 10. Personalauswahl 11. Leistungsbeurteilung 12. Personalentwicklung 13. New Work & Agilität <p>Key topics include:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to work and organizational psychology 2. Organization: basics, culture, organizational development & change 3. Individual-organization-relationship: gravitation and socialization 4. Career choice and development [leadership → lecture on human resource management] 5. Collaboration in teams 6. Job satisfaction and work motivation

	<p>7. Work analysis and design 8. Teleworking/ telecommuting 9. Work and health 10. Personnel selection 11. Performance appraisal 12. Personnel development 13. New work & agility</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p><i>References to international contexts are also regularly made with regard to the respective topics.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Kauffeld, S. (2019) (Hrsg.). <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor</i> (3. Aufl.). Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2019) (Hrsg.). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (4. Aufl.). Springer</p> <p>Ergänzend/ vertiefend:</p> <p>Landy, F. J. & Conte, J. M. (2017). <i>Work in the 2st century: An introduction to industrial and organizational psychology</i>. Wiley.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	-
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Arbeits- und Organisationspsychologie <i>Work and Organizational Psychology</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Das Modul dient als eine der Grundlagen sowohl für die Schwerpunktmodule „Marktpsychologie“ sowie „Personalpsychologie“.</p>



	The module serves as one of the foundations for both specialisation modules "Market Psychology" and "Personnel Psychology".
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

3 Praktisches Studiensemester
***Internship**
(5. Semester)

Praktisches Studiensemester			
*Internship			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	1.46.1	Praxissemester <i>Internship/ Practical Placement (abroad)</i>
		1.46.2	Praxisergänzende Vertiefung 1 <i>Guidance to Internship related Academic Work 1</i>
		1.46.3	Praxisergänzende Vertiefung 2 <i>Guidance to Internship related Academic Work 2</i>
		1.46.4	Praxisergänzende Vertiefung 3 <i>Guidance to Internship related Academic Work 3</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.46 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>			
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		30	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		6	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Praxissemester: 90 ECTS <i>Internship: 90 ECTS</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Praxissemester: 90 ECTS; Teilnahme an einem Praktikum von mindestens 20 Wochen und maximal 26 Wochen <i>90 ECTS; Guidance to Internship/ Practical Placement: Participation</i>	

	<p>Praxisergänzende Vertiefung 1-3: Teilnahme an der gewählten Lehrveranstaltung Guidance to Internship related Academic Work 1-3: Participation</p>
<p>Modulprüfung <i>Type of exam</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 Praxisbericht Mindestumfang: 10 Seiten, davon sollen mindestens sieben volle Seiten die eigene Ausbildung im Betrieb (ohne persönliche Wertung) beschreiben. (Bewertung: mE/oE): Praxissemester - 1 praktischer Leistungsnachweis (Bewertung: mE/oE): Praxisergänzende Vertiefung 1 - 1 praktischer Leistungsnachweis (Bewertung: mE/oE): Praxisergänzende Vertiefung 2 - 1 praktischer Leistungsnachweis (Bewertung: mE/oE): Praxisergänzende Vertiefung 3
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p><u>Praxissemester</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage das in den Vorlesungen erworbene Wissen in der Praxis anzuwenden.</p> <p>Sie können aus den ihnen vermittelten Methoden und Verfahren für das jeweilige Problem in der Praxis die richtigen Methoden auswählen und sind fähig mit Kollegen/Teammitgliedern zusammen zu arbeiten und gemeinsam Lösungen entwickeln.</p> <p>Entsprechend können die Studierenden die ihnen übertragenen Aufgaben selbstständig und eigenverantwortlich bearbeiten und sind in der Lage, bestehende Prozesse kritisch zu hinterfragen und Verbesserungslösungen zu entwickeln.</p> <p><i>The students are able to apply the knowledge acquired in the lectures in practice.</i></p> <p><i>They are able to select the right methods from the methods and procedures taught to them for the respective problem in practice and are able to work together with colleagues/team members and develop solutions together.</i></p> <p><i>Accordingly, the students are able to work on the tasks assigned to them independently and on their own responsibility and are able to critically question existing processes and develop solutions for improvement.</i></p>

	<p><u>Praxisergänzende Vertiefung 1, Praxisergänzende Vertiefung 2, Praxisergänzende Vertiefung 3</u></p> <p>Lernergebnisse und Kompetenzen werden durch separaten Aushang bekannt gegeben (siehe Modulbeschreibung der einzelnen praxisergänzenden Module).</p> <p>Depends on the chosen modules and area of work</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Praxissemester</u></p> <p>Praktische Tätigkeit in einem Ausbildungsbetrieb gemäß individueller Vereinbarung.</p> <p>Practical application of knowledge during a work placement according to individual agreement with employer.</p> <p><u>Praxisergänzende Vertiefung 1 - 3</u></p> <p>Studienziel und Studieninhalt sind von der jeweiligen Veranstaltung abhängig und werden durch separaten Aushang bekannt gegeben.</p> <p>Depends on the chosen modules and area of work</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p><u>Praxissemester</u></p> <p>Die praktische Ausbildung erfolgt häufig in international tätigen Unternehmen.</p> <p><u>Praxisergänzende Vertiefung 1 – 3</u></p> <p>Internationale Bezüge ergeben sich in Abhängigkeit von den konkreten Studienzielen und Studieninhalten, die jeweils durch Aushang bekannt gegeben werden.</p> <p><u>Practical semester</u> Practical training often takes place in internationally active companies.</p> <p><u>Practical specialisation 1 – 3</u> International references depend on the concrete study objectives and study contents, which are announced in each case by notice.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Praxisergänzende Vertiefung 1 - 3</u></p> <p>Die Lehrmaterialien sind von der jeweiligen Veranstaltung und Dozenten abhängig und werden durch separaten Aushang bekannt gegeben.</p> <p>Depends on the chosen modules and area of work</p>

Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	<p>Praxissemester <i>Internship</i> (24/30 ECTS) (Workload 720h; Praxiszeit)</p> <p>Praxisergänzende Vertiefung 1 <i>Guidance to Internship related Academic Work 1</i> (2 SWS) / (2/30 ECTS) (Workload 60h; BLOCKVERANSTALTUNG)</p> <p>Praxisergänzende Vertiefung 2 <i>Guidance to Internship related Academic Work 2</i> (2 SWS) / (2/30 ECTS) (Workload 60h; BLOCKVERANSTALTUNG)</p> <p>Praxisergänzende Vertiefung 3 <i>Guidance to Internship related Academic Work 3</i> (2 SWS) / (2/30 ECTS) (Workload 60h; BLOCKVERANSTALTUNG)</p>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	<p>Praktisches Studiensemester <i>Internship</i> (6 SWS) / (30 ECTS) (Workload 900h; Praxiszeit/Blockveranstaltungen 80:20)</p>
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	<p>Jedes Semester. Die Praxisergänzende Vertiefung 1-3 werden in jedem Semester nach Beendigung des Prüfungszeitraums und vor Ende des Semesters als Blockveranstaltungen angeboten. <i>Every winter and summer term after examination periods and also before the end of semester term.</i></p>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	<p>Die Veranstaltungen des Moduls gewähren einen vertiefenden Einblick in die betrieblichen Zusammenhänge und erleichtern das Verständnis der theoretischen Grundlagen im weiteren Studienverlauf. <i>The events of the module provide a deeper insight into the operational contexts and facilitate the understanding of the theoretical foundations in the further course of studies.</i></p>



Fakultät Wirtschaft und Recht

Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>
-------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------

Fakultät Wirtschaft und Recht

4 Schwerpunktstudium
***Specialisation Studies**
(6. – 7. Semester)

Fall- und Projektstudien Wirtschaftspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen			
*Seminar on Economic Policy and International Economic Relations			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2322	
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.26 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Krüger		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	5		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	Keine <i>None</i>		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>			
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	1 StA mit mdl. Präs., <i>Seminar Paper with Presentation</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden können sich zu aktuellen wirtschaftspolitischen Fragestellungen grundlegende theoretische und fachpraktische Literatur beschaffen und auswerten. Die Studierenden sind in der Lage, eine Seminararbeit nach wissenschaftlichen Kriterien zu erstellen.		

	<p>Sie können ihre wissenschaftliche Arbeit in einer Präsentation vor den Dozenten und den Mitstudenten vorstellen und die Ergebnisse ihrer Untersuchungen verteidigen und diskutieren.</p> <p>The students are able to obtain and evaluate basic theoretical and practical literature on current economic policy issues.</p> <p>The students are able to write a seminar paper according to scientific criteria.</p> <p>They are able to present their scientific work in a presentation to the lecturer and fellow students and to defend and discuss the results of their research.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Selbständiges Verfassen einer Seminararbeit nach wissenschaftlichen Kriterien unter Anleitung des Seminarleiters (betreuenden Professors).</p> <p>Anwendung erlernten Wissens und erlernter Arbeitstechniken zur Behandlung einer volkswirtschaftlichen Fragestellung.</p> <p>Vorstellen der Ergebnisse der Projektstudien der Studierenden in Seminarveranstaltungen mit allen Seminarteilnehmenden, kritische Diskussion der einzelnen Arbeiten und des Pro und Kontra der Ergebnisse.</p> <p>u.a. werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Positive Analyse ökonomischer Zusammenhänge - Rationale Wirtschaftspolitiken zur Erreichung gesellschaftlicher Ziele ableiten - Normative Aspekte vorgeschlagener Politikmaßnahmen diskutieren - Polit- und institutionsökonomische Grenzen und Möglichkeiten der Wirtschaftspolitik erkennen. <p>In the seminar different recent problems of economics are discussed (labour markets, financial markets, environmental problems, public choice, international economics).</p> <p>The students have to survey the academic literature and they must analyse an economic problem using their knowledge in economics and statistics.</p> <p>It is recommended to participate in a course where the students learn the basic techniques to write an academic paper.</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Zeitalter der Globalisierung und in einem Mitgliedsland der Europäischen Union können wirtschaftspolitisch Maßnahmen nicht mehr in einer rein nationalstaatlichen Perspektive analysiert werden. Beispiele und Übungen beziehen sich deshalb regelmäßig auch auf andere Länder als</p>

	<p>Deutschland. Zum Teil wird englischsprachige Literatur verwendet.</p> <p>In the age of globalization and in a member state of the European Union, economic policy measures can no longer be taken in a purely national context. measures can no longer be analyzed in a purely national perspective. Examples and exercises therefore also regularly refer to countries other than Germany.</p> <p>English-language literature is used in some cases.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Die Studierenden sollen wissenschaftliche Literatur verwenden.</p> <p>Students are required to use scientific literature.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>Workshop mit aktiver Beteiligung und Präsentationen der Studenten</p> <p>Workshop with instruction and presentation</p>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Fall- und Projektstudien Wirtschaftspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen</p> <p>Seminar on Economic Policy and International Economic Relations (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Kontaktzeit 60h, Selbststudium 90h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Jahr im Studiensemester</p> <p>Every summer term</p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die Kenntnisse sind relevant für alle Führungs- und Managementthemen.</p> <p>Skills are relevant for all leadership and management topics.</p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün)</p> <p>Not problematic (traffic light green)</p>

Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 1 – 2			
*Specific Elective 1 - 2			
		Beachte Modulhandbuch Wahl(pflicht)veranstaltungen Please refer to the „Modulhandbuch Elective Studies“	
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	1.24	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 1 <i>Specific Elective 1</i>
		1.25	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 2 <i>Specific Elective 2</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Arts/ B.A.) (WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Wendler	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		5 (pro Fachwissenschaftlichem Modul)	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4 (pro Fachwissenschaftlichem Modul) Die Studierenden müssen aus dem aktuellen Angebot, je nach Interessenslage, zwei fachbezogene Wahlpflichtveranstaltungen mit je 4 SWS belegen. <i>The students must take two subject-related elective courses of 4 SWS each from the current range, depending on their interests.</i>	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul mit Wahlmöglichkeiten <i>Compulsory Module with electives to be chosen from</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Abhängig vom jeweiligen Angebot der Fachwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule <i>Depending on offer of electives</i> Die zeitliche Verteilung der Einzelveranstaltungen des Wahlpflichtmoduls auf die einzelnen Studiensemester des Studi-	

	<p>ums ist grundsätzlich beliebig. Es wird allerdings im Interesse einer ausgeglichenen Semesterbelastung die Verteilung gemäß der Modulübersicht im Studienplan empfohlen.</p> <p>The time distribution of the individual courses of the elective compulsory module to the individual study semesters of the degree programme is basically arbitrary. However, in the interest of a balanced semester load, the distribution according to the module overview in the study plan is recommended.</p>
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i></p>	<p>Keine None</p>
<p>Modulprüfung <i>Type of exam</i></p>	<p>- Abhängig vom jeweiligen Angebot: 1 Klausur (90 - 120 Minuten) oder StA mit/ohne mdl. Präsentation oder 1 mdl. Leistungsnachweis (20 Min.): Depending on offer of electives Written Exam (90-120 min) or Research/ Seminar paper incl. or excl. presentation oral examination/ presentation (20 min)</p>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Das Lernergebnis ergibt sich aus der Beschreibung zur gewählten Veranstaltung. Depending on elective chosen</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Die Lerninhalte ergeben sich aus der Beschreibung zur gewählten Veranstaltung. Depending on elective chosen</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Eine internationale Verbindung ist je nach Angebot der Wahlpflichtmodule vorhanden. Internationalität ist insbesondere bei den zahlreichen Sprachangeboten gegeben. Depending on elective chosen</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Die Lehrmaterialien ergeben sich aus der Beschreibung zur gewählten Veranstaltung. Depending on elective chosen</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>- Seminaristischer Unterricht Lecture - Übung Practice</p>

<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>-</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 1 <i>Specific Elective 1</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p> <p>Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul 2 <i>Specific Elective 2</i> (4 SWS) / (5 ECTS) (Workload 150h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Abhängig vom Angebot der Veranstaltungen. <i>Depending on elective chosen</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studiensemester. <i>Every summer and winter term.</i></p> <p>Die Angebotsauswahl der Fachwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule variiert zwischen Sommer- und Wintersemester, u. a. je nach Dozentenverfügbarkeit und Studenteninteresse. Es gibt keine Gewähr dafür, dass einmal angebotene fachwissenschaftliche Wahlpflichtmodule in folgenden Semestern wieder angeboten werden. Bei zu niedriger Beteiligung (in der Regel weniger als 15 Anmeldungen) finden die jeweiligen FWPM nicht statt.</p> <p><i>The selection of subject-specific compulsory elective modules varies between summer and winter semesters, depending on the availability of lecturers and student interest, among other things. There is no guarantee that subject-specific elective modules once offered will be offered again in subsequent semesters. If participation is too low (usually less than 15 registrations), the respective FWPM will not take place.</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Erwerb von fachspezifischen Kenntnissen nach Interesse der Studierenden. Diese Kenntnisse können insbesondere im Rahmen von Schwerpunkten, z.B. bei Studienarbeiten, sowie bei Bachelor- und Masterarbeiten genutzt werden.</p> <p><i>Acquisition of subject-specific knowledge according to the students' interests. This knowledge can be used in particular in the context of focal points, e.g. in student research projects, as well as in Bachelor's and Master's theses.</i></p>



<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Siehe Modulhandbuch Wahl(-pflicht)fächer <i>See module manual elective (compulsory) subjects</i></p>
---------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Bachelorarbeit			
*Bachelor Thesis/ Dissertation			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2323	Workshop Wissenschaftliches Arbeiten Workshop Academic Practice and Writing
		-	Bachelorarbeit Bachelor Thesis
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie Business Psychology (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.27 – WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Hirdina	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul Compulsory Module	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		<u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u> Keine Workshop Academic Practice and Writing None	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		<u>Workshop Wissenschaftliches Arbeiten</u> Teilnahme an der Lehrveranstaltung Workshop Academic Practice and Writing Participation <u>Bachelorarbeit</u> (1) In der Bachelorarbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf komplexe Aufgabenstellungen selbständig anzuwenden. Zur Bachelorarbeit kann sich anmelden, wer mindestens 130 ECTS-Kreditpunkte erreicht und das Praxissemester begonnen hat. Themen werden von	



	<p>Professorinnen und Professoren der Technischen Hochschule vergeben. Vor der Themenvergabe soll der Studierende die Lehrveranstaltung „Wissenschaftliches Arbeiten“ mit Erfolg absolviert haben.</p> <p>(2) Die Bearbeitungszeit für die Bachelorarbeit beträgt 3 Monate.</p> <p>Beginn und Ende der Bearbeitungszeit werden durch den Aufgabensteller (Prüfer) festgelegt und zusammen mit dem Thema aktenkundig gemacht. Die Bearbeitungszeit beginnt mit der Ausgabe des Themas. Das Prüfungsamt überwacht die Einhaltung der Termine.</p> <p>(3) Erhält der Studierende nicht rechtzeitig ein Thema, so wird von der Prüfungskommission die Ausgabe des Themas der Bachelorarbeit durch einen Aufgabensteller veranlasst.</p> <p>(4) Die Ausgabe eines Themas an mehrere Studierende zur gemeinsamen Bearbeitung ist zulässig, sofern die individuelle Leistung des einzelnen Studierenden deutlich abgrenzbar und bewertbar ist.</p> <p>(5) Die fertige Bachelorarbeit ist in zweifacher Ausfertigung in gebundener Form und darüber hinaus einmal in editierbarer Form auf Datenträger (z.B. CD-Rom) im Prüfungsamt abzugeben.</p> <p>Bachelor thesis</p> <p>(1) In the Bachelor's thesis, students shall demonstrate their ability to independently apply the knowledge and skills acquired during their studies to complex tasks. Students who have achieved at least 130 ECTS credits and have started the internship can register for the Bachelor's thesis. Topics are assigned by professors of the University of Applied Sciences. Before the topic is assigned, the student should have successfully completed the course "Scientific Work".</p> <p>(2) The processing time for the Bachelor thesis is 3 months.</p> <p>The start and end of the processing time shall be determined by the examiner and made public together with the topic. The processing time begins with the issue of the topic. The examination office monitors compliance with the deadlines.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>(3) If the student does not receive a topic in time, the examination board shall arrange for the topic of the Bachelor thesis to be issued by an assignment provider.</p> <p>(4) The issue of a topic to several students for joint work is permissible, provided that the individual performance of the individual student can be clearly distinguished and assessed.</p> <p>(5) The completed Bachelor's thesis must be submitted to the examination office in duplicate in bound form and, in addition, once in editable form on a data carrier (e.g. CD-Rom).</p>
<p>Modulprüfung <i>Type of exam</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 praktischer Leistungsnachweis (mit Erfolg bewertet) Workshop Wissenschaftliches Arbeiten Completion of 1 workshop (grade: pass) Workshop Academic Practice and Writing - Bachelorarbeit Bachelor Thesis/ Dissertation
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p><u>Workshop Wissenschaftliches Arbeiten</u></p> <p>Die Studierenden können die Techniken wissenschaftlichen Arbeitens benennen, insbesondere die Techniken zur Beschreibung der wissenschaftlichen Fragestellung, die Methoden zum wissenschaftlichen Diskurs und zur Widerlegung selbst aufgestellter wissenschaftlicher Thesen. Der Studierende kennt die Leitlinien wissenschaftlich korrekten Verhaltens. Sie verinnerlichen die Kriterien zur Differenzierung zwischen wissenschaftlich qualitativ hochwertiger Literatur und solcher, die sich zur Fundierung wissenschaftlicher Ausführungen nicht eignet.</p> <p>Die Studierenden identifizieren wissenschaftlich verwertbare Literatur und wenden die richtige Zitiertechnik an. Sie wenden die Leitlinien wissenschaftlich korrekten Verhaltens an, um möglichst das wissenschaftliche Meinungsspektrum zur konkreten Fragestellung darzustellen und die Rechte Dritter, insbesondere fremde Urheberrechte zu wahren.</p> <p>Die Studierenden können zusammen mit anderen ein Exposé erstellen, um die Kernpunkte der wissenschaftlichen Problemstellung zu benennen und logisch zu ordnen. Die Teilnehmer stellen mit anderen eine Auswahl von Literatur zusammen, die für die wissenschaftliche Ausarbeitung einer Themenstellung herangezogen werden kann.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage wissenschaftliche Ausführungen von nicht wissenschaftlichen zu differenzieren</p>



	<p>und die Tragweite des wissenschaftlichen Diskurses zur Auffindung möglicher Lösungen für die wissenschaftliche Fragestellung zu erkennen. Sie verstehen wissenschaftlich aufgefundene Lösungen auf ihre praktische Umsetzbarkeit kritisch zu reflektieren. Sie wissen ihren wissenschaftlichen Standpunkt zu vertreten und Toleranz gegenüber anderen wissenschaftlichen Lösungsansätzen walten zu lassen.</p> <p><u>Workshop Academic Practice and Writing</u></p> <p>The participants are able to explain the techniques of academic work, in particular describe the techniques for formulating research questions, the methods of academic discourse and how to argue a thesis. The students understand the guidelines for correct academic behaviour and the criterion for differentiating between quality academic literature and literature that is not suitable for academic purposes.</p> <p>The students are able to identify suitable literature for academic purposes and can apply appropriate citation and referencing techniques. They adopt the guidelines for correct academic conduct in order to present, as far as possible, the full range of academic opinions in order to protect the rights of third parties and abide by copyright.</p> <p>The students can work within a group to develop a summary of the key points of academic research. The participants can identify a selection of literature, which can serve as a basis for work on an academic topic.</p> <p>The students are able to differentiate between academic and non-academic arguments and to recognise the scope of academic discourse in order to establish solutions for scholarly research questions. They understand how to apply critical reflection in practice and to scholarly research questions. The participant is able to represent his academic views and display tolerance towards other academic viewpoints.</p> <p><u>Bachelorarbeit</u></p> <p>Der oder die Studierende überblickt ein Fachgebiet aus seinem/ihrer Studium, um daraus eine Problemstellung zusammen mit dem betreuenden Professor für eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu formulieren. Dem oder der Studierenden sind die wissenschaftlichen Methoden und Aspekte des Zeitmanagements geläufig, um eine wissenschaftliche Arbeit im Umfang einer Bachelorarbeit zu erstellen.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Der oder die Studierende ist in der Lage, über einen längeren Zeitraum zusammenhängend an einer wissenschaftlichen Problemstellung zu arbeiten. Er oder sie identifiziert die für seine Themenstellung einschlägige wissenschaftliche Literatur und verarbeitet diese in seiner Arbeit, um darauf aufbauend einen eigenen wissenschaftlichen Beitrag zur Problemstellung zu erarbeiten.</p> <p>Der oder die Studierende hält das Gebot der Selbständigkeit der wissenschaftlichen Ausarbeitung strikt ein. Er oder sie nimmt die Betreuungsleistung des Professors/der Professorin insofern in Anspruch, um das eigenständig erstellte wissenschaftliche Exposé zu diskutieren und Zwischenergebnisse zu präsentieren. Der oder die Studierende ist offen für Denkanstöße seitens des Betreuungsprofessors und offen für während der Betreuungsphase geäußerte positive und negative Kritik.</p> <p>Der oder die Studierende ist in der Lage selbständig den logischen Aufbau seiner wissenschaftlichen Arbeit zu reflektieren und selbständig ein in sich stimmiges wissenschaftliches Werk zu präsentieren. Er oder sie vertritt selbstbewusst wissenschaftliche Standpunkte, die er oder sie aufbauend auf Argument und Gegenargument für vorzugswürdig erachtet. Der oder die Studierende findet selbständig geeignete wissenschaftliche Literatur.</p> <p><u>Bachelor Thesis/ Dissertation</u></p> <p>The student considers a disciplinary area within his scope of studies in order to formulate a research question together with his supervising professor. The students are familiar with academic methods and aspects of time management in order to compile a piece of academic work appropriate for a Bachelor dissertation.</p> <p>The student can work on a coherent scholarly research problem over a long period of time. He can identify the most pertinent academic literature for this topic, which he uses to serve as a basis for discussion in his work in order to provide a personal contribution to the area of academic research.</p> <p>The student can work independently on their dissertation. He only relies on the supervisory function of his professor in order to discuss and present a summary of his own work. The students are open to suggestions as well as positive and negative critique from his supervisor.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>The students are able to reflect on the logical structure and academic presentation of his work in an independent manner. He is capable of confidently presenting academic points of view, which he appropriately considers on the basis of argumentation. The students are able to identify and procure academic literature independently.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Workshop Wissenschaftliches Arbeiten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Was ist Forschung und Arten wirtschaftswissenschaftlicher Arbeiten (Diplomarbeiten, Dissertationen, wissenschaftliche Fachartikel, usw.). - Planung einer wissenschaftlichen Arbeit und Anforderungen der Technischen Hochschule. - Literatur- und Quellensuche für wissenschaftliche Arbeiten, Bedeutung wissenschaftlicher Zeitschriften und Journals. - Bibliotheken, Datenbanken und Suchmaschinen für die Literaturrecherche. - Aufbau und Grundkonzeption einer wissenschaftlichen Arbeit. - Formale Anforderungen und Regeln für eine wissenschaftliche Arbeit (Zitierweise, Fußnoten, Literaturverzeichnis, usw.) - Sprachliche Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit („Die Kunst des Schreibens“). - Erstellung und Einbindung von Abbildungen und Tabellen sowie Anhängen. - Lust und Frust beim Schreiben. <p><u>Workshop Academic Practice and Writing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - What is research and what are the types of academic work (dissertations, thesis, academic papers, etc.) - How to plan academic work and what are the expectations of the university. - The search for literature and sources for academic work, the role of academic journals. - Libraries, databases and search engines for literature searches. - The structure and design of academic work. - Formal requirements and rules for academic work (citation, referencing, footnotes, reference list etc.) - The language requirements for academic work (“the art of writing”). - Creating and integrating graphics and appendices. - Motivation and frustration in the writing phase.



	<p><u>Bachelorarbeit</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Anwendung fachtheoretischer und fachpraktischer Kenntnisse. - Bearbeitung einer theoretischen und fachpraktischen Fragestellung mit Hilfe der im Studium erlernten Methoden. - Lösung eines betriebswirtschaftlichen oder volkswirtschaftlichen Problems. - Nachvollziehbare und wissenschaftliche Darstellung des gewählten Projekts in der Bachelorarbeit. <p><u>Bachelor Thesis/ Dissertation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Application of theory and practice-based knowledge. - Working on a theoretical and practice-based research question with the help of methods learnt during studies. - Solutions to business and economic problems. - Presentation of bachelor dissertation topic in a comprehensible and academic manner.
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p><u>Workshop Wissenschaftliches Arbeiten</u></p> <p>Die Studierenden lernen den Umgang mit wissenschaftlicher Literatur insbesondere in englischer Sprache. Die unterschiedlichen Zitierweisen auf internationaler Ebene werden erläutert.</p> <p><u>Bachelorarbeit</u></p> <p>Die Bachelorarbeit qualifiziert die Studierenden für einen internationalen Einsatz, da die Bearbeitung von Problemstellungen mit einem wissenschaftlichen Ansatz internationalen einheitlichen Ansprüchen genügen muss.</p> <p><u>Scientific Working Workshop</u></p> <p>The students learn how to deal with scientific literature, especially in English. The different citation methods on an international level are explained.</p> <p><u>Bachelor thesis</u></p> <p>The Bachelor's thesis qualifies the students for an international assignment, as the processing of problems with a scientific approach must meet uniform international standards.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Workshop Wissenschaftliches Arbeiten</u> <u>Workshop Academic Practice and Writing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Theisen, Manuel René, Wissenschaftliches Arbeiten, Technik-Methodik-Form, Vahlen Verlag

	<ul style="list-style-type: none"> - Krämer, Walter, Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit?, Campus Verlag - Franck/Stary, Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Workshop Wissenschaftliches Arbeiten Workshop Academic Practice and Writing (2 SWS) / (3/15 ECTS) (Workload 90h; Kontaktzeit 30h, Selbststudium 60h) Bachelorarbeit Bachelor Thesis/ Dissertation (8 SWS) / (12/15 ECTS) (Workload 360h; Selbststudium)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	(Modul) Bachelorarbeit (Modul) Bachelor Thesis/ Dissertation (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Kontaktzeit 30h, Selbststudium 420h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch oder Englisch German or English
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studiensemester. Every winter and summer term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Im Workshop Wissenschaftliches Arbeiten werden die Arbeitstechniken praktisch erlernt, die gebraucht werden für das Erstellen einer fachpraktischen und wissenschaftlichen Arbeit. Der Workshop dient damit der Vorbereitung für die Erstellung von Seminararbeiten, Bachelorarbeiten und der Masterthese im weiterführenden Studium. In the workshop on scientific work, students learn the practical working techniques needed to write a practical and scientific paper. The workshop thus serves as preparation for writing seminar papers, Bachelor's theses and Master's theses in further studies.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

5 Schwerpunktmodule (SPM)
***Specialization Modules**

Compliance Management (SPM)			
<i>*Compliance Management (Specialization Modul)</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3739	Corporate Compliance <i>Corporate Compliance</i>
		3745	Wirtschaftsstrafrecht <i>White Collar Criminal Law</i>
		3740	Fall-/Projektstudien Compliance Management <i>Seminar / Case Study Compliance Management</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Betriebswirtschaft und Recht <i>Business Administration and Law</i> (Bachelor of Arts/ B.A.) Betriebswirtschaft und Recht <i>Business Administration and Law</i> (Bachelor of Laws/ LL.B.) Betriebswirtschaft <i>Business Administration</i> (Bachelor of Arts/ B.A.) Betriebswirtschaft für kleine und mittlere Unternehmen <i>Business Administration for small and medium-sized enterprises</i> (Bachelor of Arts/ B.A.) Ab WS 22/23 Mittelstandsmanagement <i>Medium-Sized Business Management</i> (Bachelor of Arts/ B.A.) Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.28 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Balleis / Prof. Dr. Lohrer / Prof. Dr. Weithmann	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	

Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	10
Status <i>Type</i>	Schwerpunktmodul <i>Specialization Module / In-Depth Study</i>
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	90 ECTS <i>90 ECTS</i>
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i> Fall-/Projektstudien: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar / Case Study: Participation</i>
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Corporate Compliance <i>Written exam (90 min): Corporate Compliance</i> - 1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Wirtschaftsstrafrecht <i>Written exam (90 min): White Collar Criminal Law</i> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall-/Projektstudien Compliance Management <i>Research / Working paper incl. Presentation: Seminar / Case Study Compliance Management</i>
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	<p>Die Studierenden erkennen die hohe Bedeutung von Compliance für die Praxis, d.h. die Einhaltung der für das Unternehmen geltenden staatlichen Rechtsnormen, selbst auferlegten Richtlinien sowie Zertifizierungen durch das Management und die Mitarbeitenden. Sie verstehen das Compliance Management als Schnittstellenaufgabe.</p> <p>Sie haben das Bewusstsein, dass Regelverstöße zu Geld- und Freiheitsstrafen, Geldbußen, Umsatzeinbußen, Schadensersatzzahlungen, Verweigerung des Marktzugangs sowie Imageschäden für die Unternehmen führen können.</p>



	<p>Sie sind in der Lage, präventive Maßnahmen für eine Organisation zu entwickeln, im Interesse einer rechtssicheren und wertorientierten Unternehmensführung. Mit dem Ziel eines regelkonformen und integren Verhaltens vor Augen sind sie in der Lage, ein Konzept für die Implementierung einer entsprechenden Unternehmenskultur zu entwickeln.</p> <p>Problembewusstsein sowohl für betriebswirtschaftliche als auch rechtliche Fragestellungen ist vorhanden. Die Dynamik des regulatorischen Umfelds ist verstanden und prozessorientiertes Denken ist geschult.</p> <p>The students recognise the high importance of compliance for practice, i.e. the adherence to the state legal standards applicable to the company, self-imposed guidelines as well as certifications by the management and the employees. They understand compliance management as an interface task.</p> <p>They are aware that violations of rules can lead to damage to the company's image, loss of turnover, fines, imprisonment, denial of market access as well as compensation payments.</p> <p>They are able to develop preventive measures for an organisation in the interest of legally compliant and value-oriented corporate governance. They are able to develop a concept for the implementation of a corresponding corporate culture with the goal of rule-compliant and integrity-oriented behaviour in mind.</p> <p>Problem awareness for both business management and legal issues is present. The dynamics of the regulatory environment are understood and process-oriented thinking is trained.</p> <p>Vorlesung Corporate Compliance (4 SWS)</p> <p><u>Compliance Management Systeme und Product Compliance</u></p> <p>Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse des Compliance Managements.</p> <p>Sie kennen den Aufbau von Compliance Managementsystemen und lernen deren Implementierung in Unternehmen.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Aspekte des Compliance Management auch auf den Bereich der Product Compliance sowie auf grenzüberschreitende Auswirkungen und Mechanismen zu übertragen und verstehen das Zusammenspiel verschiedener Teilbereiche.</p> <p>The students have in-depth knowledge of compliance management.</p> <p>They know the structure of compliance management systems and learn how to implement them in companies.</p> <p>The students are able to transfer the aspects of compliance management to the area of product compliance as well as to cross-border effects and mechanisms and understand the interaction of different sub-areas.</p> <p><u>Rechtsfragen der Compliance</u></p> <p>Die Studierenden haben einen Überblick über rechtliche Risiken, insbesondere Haftungsrisiken, im Zusammenhang mit Regelverletzungen und „Non-Compliance“.</p> <p>Sie kennen die wichtigsten Bereiche im Unternehmen, die für Non-Compliance anfällig sind einschließlich des Exportgeschäfts.</p> <p>Sie kennen das rechtliche Regime ausgewählter Risikobereiche und sind sich der Dynamik im regulatorischen Umfeld bewusst.</p> <p>Sie sind in der Lage, die entsprechenden Risiken im Unternehmen zu erkennen und einzuordnen, um der Non-Compliance durch entsprechende Maßnahmen des CM vorzubeugen.</p> <p>Students have an overview of legal risks, especially liability risks, related to rule violations and "non-compliance".</p> <p>They know the most important areas in the company that are vulnerable to non-compliance including the export business.</p> <p>They know the legal regime of selected risk areas and are aware of the dynamics in the regulatory environment.</p> <p>They are able to identify and classify the relevant risks in the company in order to prevent non-compliance through appropriate CM measures.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Vorlesung Wirtschaftsstrafrecht (2 SWS)</p> <p>Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Wirtschafts- und Unternehmenskriminalität und können die typischen strafrechtlichen Compliance-Risiken einordnen.</p> <p>Die Teilnehmer kennen die zentralen wirtschaftsstrafrechtlichen Tatbestände und verfügen über die Fähigkeit, Sachverhalte auf ihre strafrechtliche Relevanz zu untersuchen. Ein geschärftes Problembewusstsein hinsichtlich strafrechtlich riskantem Verhalten im Unternehmensbereich ist vorhanden.</p> <p>Die Studierenden wissen um die Risiken und Konsequenzen strafbaren Verhaltens für Unternehmen, Manager und Mitarbeiter.</p> <p>Students have in-depth knowledge of white-collar and corporate crime and can classify the typical criminal compliance risks.</p> <p>The participants know the key facts of white-collar criminal law and have the ability to examine facts for their criminal relevance. There is a heightened awareness of the problem of criminally risky behavior in the corporate sector.</p> <p>The students know about the risks and consequences of criminal behavior for companies, managers and employees.</p> <p>Fall-/Projektstudien Compliance Management</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, eine Problemstellung aus dem Bereich der Compliance selbständig und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden schriftlich darzustellen und anhand eigener Kriterien systematisch zu bewerten sowie die Ergebnisse mündlich vor einem Plenum professionell zu präsentieren und zu verteidigen.</p> <p>Dabei arbeiten die Studierenden wahlweise zu einer betriebswirtschaftlichen oder rechtlichen Fragestellung aus dem Bereich Compliance, insbesondere auch des Wirtschaftsstrafrechts eine fundierte Lösung aus.</p> <p>The students are able to present a current problem from the field of compliance independently and using scientific methods in writing and to systematically evaluate it</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>using their own criteria as well as to professionally present and defend the results orally in front of a plenum.</p> <p>In doing so, the students work out a well-founded solution to a business management or legal issue from the field of compliance, in particular also from the field of commercial criminal law.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u><i>Compliance Management Systeme und Product Compliance (Weithmann)</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das betriebliche Compliance Management - Aufbau eines Compliance Management Systems nach ISO 37301:2021 - Integration des CMS in die Organisation, effektive CM Kommunikation (Code of Conduct, Schulungen) und Etablierung einer Compliance Kultur - CM am Beispiel Product Compliance: Regulierung, Normung und Zertifizierung - Einblicke in die grenzüberschreitende / transnationale Product Compliance - Compliance im betrieblichen Produktentwicklungsprozess - CMS vor dem Hintergrund des Risikomanagements <p><u><i>Compliance Management Systems and Product Compliance</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction to operational compliance management - Establishment of a Compliance Management System according to ISO 37301:2021 - Integration of the CMS into the organisation (whistle-blowing systems), effective CM communication (code of conduct, training) and establishment of a compliance culture - CM using the example of product compliance: regulation, standardisation and certification - Insights into cross-border / transnational product compliance - Compliance in the operational product development process - CMS against the background of risk management <p><u><i>Rechtsfragen der Compliance (Balleis)</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick Compliance-Risikofelder - Haftung und Verantwortlichkeiten im Unternehmen

	<ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (CSR/ESG) - Exportkontrolle (ua Dual-Use, Sanktionen) - Compliance in der Lieferkette - Kartellrechts-Compliance - Schutz von Hinweisgebern (Whistleblowing) <p>Ggf. (auch) Themen für das FuP:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compliance-Anforderungen anderer Rechtsordnungen - Datenschutz und Compliance - Arbeits- und sozialversicherungsrechtliche Compliance - AWW-Meldepflichten <p><u>Legal issues of compliance</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Overview of compliance risk areas - Corporate liability and responsibilities - Corporate social responsibility (CSR/ESG) - Export control (ia dual-use, sanctions) - Compliance in the supply chain - Antitrust compliance - Protection of whistleblowers <p>Possibly (also) topics for the seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compliance requirements in other jurisdictions - Data protection and compliance - Labour and social security law compliance - Reporting obligations (AWV) <p><u>Wirtschaftsstrafrecht (Lohrer)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Allgemeiner Teil des Strafrechts - Betrugsstraftaten - Untreue - Geldwäsche - Korruptionsstraftaten - Wettbewerbsstraftaten - Strafrechtlicher Schutz von Unternehmensgeheimnissen - Steuerdelikte - Insolvenz- und Bilanzstraftaten - Kapitalmarktdelikte - Ablauf eines Wirtschaftsstrafverfahrens <p><u>White Collar Criminal Law</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - General part of criminal law - Fraud offences
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> - Unfaithfulness - Money Laundering - Corruption offences - Competition offences - Intellectual property and protection of trade secrets - Tax offences - Insolvency and accounting offences - Capital market offences - The course of white-collar criminal proceedings <p><u>Fall-/Projektstudien Compliance Management</u></p> <p>Es werden Themen aus dem betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Vorlesungsteil (s. o.) sowie aus dem Wirtschaftsstrafrecht behandelt. Aktuelle Themen der Compliance in der öffentlichen Wirtschaft, im Bereich der Kreditwirtschaft als auch der IT-Compliance und IT-Sicherheit runden die Veranstaltung ab.</p> <p>Topics from the business administration and legal lecture part (see above) as well as from white-collar criminal law will be covered. Current topics of compliance in the public sector, the banking sector as well as IT compliance and cybersecurity round off the course.</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p><u>Corporate Compliance</u></p> <p>Die Studierenden lernen die Compliance-Risiken im Exportgeschäft sowie die Compliance-Anforderungen anderer Rechtsordnungen kennen. Zudem werden die Studierenden dazu befähigt CMS Systeme grenzübergreifend zu denken. Dadurch sind sie für einen Einsatz in international agierenden Organisationen befähigt.</p> <p>Students learn about the compliance risks in the export business as well as the compliance requirements of other legal systems. In addition, students are enabled to think CMS systems across borders. Thus, they are able to work in internationally operating organisations.</p> <p><u>Wirtschaftsstrafrecht</u></p> <p>Die Studierenden erkennen die globale Bedrohung in Form von Unternehmenskriminalität.</p> <p>Students recognize the global threat in the form of corporate crime.</p> <p><u>Fall-/Projektstudien Compliance Management</u></p>

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, mit Fragen des Compliance Management im internationalen Kontext umzugehen. Sie besitzen auf diesem Gebiet die erforderlichen Kenntnisse für ein global agierendes Unternehmen.</p> <p>Students are able to deal with compliance management issues in an international context. They have the necessary knowledge in this area for a globally operating company.</p>
<p>Lehrmaterialien Bibliography</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Moosmayer, Compliance, Praxisleitfaden für Unternehmen, 4. Aufl. 2021 (160 Seiten) - Kark, Plötzlich Compliance Officer, Erste Hilfe für den Einstieg in das Compliance Management, 2021 (202 Seiten) - Eckert/Deters, Praxiswissen Compliance, Erfolgreiche Umsetzung im Unternehmen, 2021 (165 Seiten) - Wittig, Wirtschaftsstrafrecht, 6. Aufl. 2023 - Vorlesungsbegleitende Skripten - Literaturhinweise - Fallstudien
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Corporate Compliance <i>Corporate Compliance</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h)</p> <p>Wirtschaftsstrafrecht <i>White Collar Criminal Law</i> (2 SWS) / (3/15 ECTS) (Workload 90h; Kontaktzeit: 30h, Selbststudium: 60h)</p> <p>Fall-/Projektstudien Compliance Management <i>Seminar / Case Study Compliance Management</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Kontaktzeit: 60h, Selbststudium 120h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Compliance Management (Schwerpunktmodul) <i>Compliance Management (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Kontaktzeit: 150h, Selbststudium: 300h)</p>

<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every winter term</p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die Studierenden erhalten berufsqualifizierende Kenntnisse für das Compliance Management in der Praxis. Sie lernen das Berufsbild des Compliance-Managers /-Officers kennen und werden auf dessen Tätigkeitsprofil (Querschnitts- und Beratungsfunktion) vorbereitet.</p> <p><i>The students receive professional knowledge for compliance management in practice. They get to know the job description of the compliance manager/officer and are prepared for work in compliance departments or to be in the position of the compliance officer (cross-sectional and advisory function).</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)</p>

Controlling (SPM)			
*Controlling (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		
		3701	Controlling Controlling
		3702	Fall-/ Projektstudien Controlling Seminar/ Case Study Controlling
Studiengang <i>Field of studies</i>	Betriebswirtschaft Business Administration (Bachelor of Arts/ B.A.) Betriebswirtschaftslehre für kleine und mittlere Unternehmen Business Administration for small and medium-sized enterprises (Bachelor of Arts/ B.A.) Ab WS 22/23 Mittelstandsmanagement Medium-Sized Business Management (Bachelor of Arts/ B.A.) Betriebswirtschaft und Recht Business Administration and Law (Bachelor of Arts/ B.A.) Wirtschaftspsychologie Business Psychology (Bachelor of Science / B.Sc.) (1.29 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Rittich / Prof. Dr. Schädlich		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	15		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	10		
Status <i>Type</i>	Schwerpunktmodul Specialization Module/ In-Depth Study		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester 1 Term		

<p>Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i></p>	<p>90 ECTS</p> <p>Kenntnisse der Module Wirtschaftsmathematik oder Quantitative Methoden, Buchführung, Kosten- und Leistungsrechnung, Finanz- und Investitionswirtschaft <i>Knowledge in Mathematics for Business, Financial Accounting, Internal Accounting, Finance and Investment</i></p>
<p>Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i></p>	<p>Keine <i>None</i></p> <p>Fall- und Projektstudien Controlling: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Controlling: Participation</i></p>
<p>Modulprüfung <i>Type of exam</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Controlling <i>Written Exam (120 min.) Controlling</i> - 1 StA mit mdl. Präsentation: Fall- und Projektstudien Controlling <i>Research / Working Paper incl. Presentation Seminar/ Case Study Controlling</i>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Der Studierende verfügt über ein umfassendes Verständnis für quantitative und qualitative Controlling-Instrumente. Für die Lösung komplexer Fragestellungen kann er eigenständig und eigenverantwortlich neue Lösungen erarbeiten und im Rahmen von Expertenteams die fachliche Problemlösung vorantreiben. Er ist in der Lage, die entwickelten Lösungen kritisch zu reflektieren und fachlich-argumentativ gegenüber anderen vertreten.</p> <p><i>Students have a deep knowledge of qualitative and quantitative controlling instruments. They are able to develop discretely and on their own responsibility new solutions for complex questions as well as to promote a professional approach to solving a problem within a group of experts. They are able to reflect the developed solutions and advocate them.</i></p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u><i>Controlling</i></u></p> <p>Ausgangspunkt der Veranstaltungen ist zunächst die Erarbeitung eines grundlegenden Verständnisses für controllingspezifische Fragestellungen. Durch eine unmittelbare Verknüpfung der erworbenen Kenntnisse mit ihrer Anwen-</p>



	<p>dung im Rahmen praxisorientierter Fallstudien wird der Studierende schrittweise an die Analyse komplexer Aufgabenstellungen herangeführt und erwirbt auf diese Weise die Fähigkeit, auch komplizierte Sachverhalte eigenständig zu analysieren und adäquate Lösungskonzepte zu erarbeiten.</p> <p>Aufbauend auf den Inhalten der Buchführung, Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Finanz- und Investitionswirtschaft erweitern und vertiefen die Studierenden ihre konzeptionellen Kenntnisse des betriebswirtschaftlichen Steuerungsinstrumentariums. Sie entwickeln ein kritisches Verständnis der wichtigen strategischen und operativen Controlling-Instrumente, können neue Entwicklungen erklären und wichtige segmentspezifische Besonderheiten darstellen. Sie erlangen die Fähigkeit, diese Instrumente in der Praxis anzuwenden und sind in der Lage, auf Basis einer unternehmensspezifischen Analyse das Controlling-Instrumentarium gezielt anzupassen und inhaltlich weiterzuentwickeln.</p> <p>Intensive Gruppenarbeit und wiederholte Präsentation der erarbeiteten Ergebnisse stärken die kommunikativen Fähigkeiten und versetzen die Studierenden in die Lage, Fragestellungen auch in Gruppen zu diskutieren, gemeinsam Lösungen zu erarbeiten und überzeugend vor dem Auditorium zu präsentieren.</p> <p>Students will be extensively accustomed to fundamental controlling instruments.</p> <p>Thus students will acquire the ability to use controlling instruments in their daily work routine as well as to participate in their conceptual development.</p> <p><u>Fall-/Projektstudien Controlling</u></p> <p>Die Studierenden sollen umfassend mit den Fragestellungen des Controllings vertraut gemacht werden. Sie bearbeiten eigenständig einen ausgewählten aktuellen Themenbereich und erstellen hierzu eine Studienarbeit, deren Ergebnisse während der Seminarsitzung präsentiert werden.</p> <p>Damit erwerben die Studierenden die Fähigkeit, sich eigenständig in komplexe und bisher nicht behandelte Fragestellungen einzuarbeiten, sie schriftlich aufzubereiten und sie vor einem Auditorium zu präsentieren und zu diskutieren.</p> <p>Students will deal with current controlling issues. They will handle a selected topic on their own and write a term paper, whose results they will present during seminar hours.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	Thus students will acquire the ability to deal with new and complex issues, develop scientific papers and present results in front of an audience.
Internationalität <i>International applicability</i>	Die in diesem Kurs vermittelten spezifischen Kenntnisse des fachlichen Schwerpunktes „Controlling“ bilden die Grundlage jeder auf dieses Fachgebiet spezialisierten Tätigkeit und sind mithin für eine internationale Tätigkeit auf diesem Gebiet unabdingbar. The specific knowledge of the subject area "Controlling" imparted in this course forms the basis of any activity specialised in this subject area and is therefore indispensable for an international activity in this field.
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Skript - Fallstudiensammlung mit Lösungshinweisen - Aktuelle Literaturhinweise zu Semesterbeginn
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	<p>Controlling <i>Controlling</i> (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p> <p>Fall-/ Projektstudien Controlling <i>Seminar/ Case Study Controlling</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	<p>Controlling (Schwerpunktmodul) <i>Controlling (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i></p>



<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Als Schwerpunktmodul dient zur Vertiefung der fachlichen Inhalte des betriebswirtschaftlichen Fachgebiets „Control-ling“ und vermittelt den Studierenden die spezifischen berufsqualifizierenden Kenntnisse dieses Fachgebiets.</p> <p><i>As a specialisation module, it serves to deepen the specialist content of the business administration subject area "Control-ling" and provides students with the specific knowledge of this subject area that qualifies them for a profession.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship (SPM)			
*Digital Business Models and Entrepreneurship (Specialization Module)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	9233	Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship Digital Business Models and Entrepreneurship (1.29.1 – BA – SPO 1)
		9234	Fall-/Projektstudien Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship Seminar / Case study Digital Business Models and Entrepreneurship (1.29.2 – BA – SPO 1)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie Business Psychology (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.30 – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Lips / Prof. Dr. Schork / Prof. Dr. Schott	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul Spezialization Module	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester 1 term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship: keine Digital Business Models and Entrepreneurship: none Fall-/Projektstudien Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship: Teilnahme an der Lehrveranstaltung Seminar / Case study Digital Business Models and Entrepreneurship: participation	

<p>Modulprüfung <i>Type of exam</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten) Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship <i>Written exam (120 min.)</i> <i>Digital Business Models and Entrepreneurship</i> - Freiwillige Übungsaufgaben oder kleine Projekte mit/ohne Präsentation im Rahmen der Vorlesungen <i>Voluntary exercises or small projects with/without presentation during lectures</i> - 1 Projektarbeit mit mündlicher Präsentation Fall-/Projektstudien Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship <i>Research/ Working paper and presentation</i> <i>Seminar / Case study Digital Business Models and Entrepreneurship</i>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Theoriekompetenz: Kenntnis der wichtigsten ökonomischen Theorien und deren Grundlagen zur Interpretation der derzeitigen und künftigen Entwicklung der Digitalisierung; Anwendung dieser Theorien auf konkrete Beispiele - Reflexionskompetenz: bestehende Geschäftsmodelle und deren digitale Prinzipien werden kritisch diskutiert - Digitalisierungskompetenz: bestehende Technologien und deren Anwendung werden anhand von erfolgreichen Geschäftsmodellen beleuchtet - Ko-Kreationskompetenz: gemeinsam werden nachhaltige digitale Geschäftsmodelle entwickelt - Kreativität: die Originalität, Wünschbarkeit, Tragfähigkeit und Machbarkeit der entwickelten Lösungen werden evaluiert und kritisch reflektiert - Schlussfolgerungskompetenz: die Herleitung bestehender und neu zu entwickelnder Geschäftsmodelle wird analytisch untermauert und eine schlüssige Argumentationskette aufgebaut - Kommunikationskompetenz: Erstellung und Präsentation eines Pitch-Decks mit Überzeugungskraft - Theory competence: knowledge of the most important economic theories and their foundations for interpreting digitalization's current and future development; application of these theories to concrete examples. - Reflection competence: existing business models and their digital principles are discussed critically. - Digitization competence: existing technologies and their application are highlighted based on successful business models.



	<ul style="list-style-type: none"> - Co-creation competence: sustainable digital business models are developed jointly - Creativity: the originality, desirability, viability, and feasibility of the solutions developed are evaluated and critically reflected upon - Conclusion competence: the derivation of existing and new business models to be developed is analytically underpinned and a coherent chain of argumentation is built up. <p>Communication competence: creation and presentation of a pitch deck with persuasive power</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Prof. Dr. Eberhard Schott „Theorie der Digitalisierung“</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einordnung der Bedeutung der Digitalisierung für Wirtschaft und Gesellschaft - Verständnis für die Treiber der Digitalisierung unter besonderer Berücksichtigung von <ul style="list-style-type: none"> – Integrativen Technologien und Konzepte – Anbieterstruktur und -strategien - Kenntnis der Besonderheiten digitaler Güter - <i>Kenntnis der wichtigsten ökonomischen Theorien zur Interpretation der Digitalisierung und deren Anwendung (Übung)</i> - Theorie zweiseitiger Märkte/Plattformökonomie - Disruptive Innovationen - Verhaltensökonomie - Ökonomie der Superstars - Monopole und relevante Märkte <p>Prof. Dr. Eberhard Schott "Theory of Digitization"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Classification of the significance of digitalization for the economy and society - Understanding of the drivers of digitization with special consideration of <ul style="list-style-type: none"> – Integrative technologies and concepts – Provider structure and strategies - Knowledge of the special features of digital goods - <i>Knowledge of the most important economic theories for interpreting digitization and their application (exercise)</i> - Theory of two-sided markets/platform economics - Disruptive innovations - Behavioral economics - Economics of superstars - Monopolies and relevant markets

	<p>Prof. Dr. Sabrina Schork, „Digitalisierung, Innovation & Nachhaltigkeit“</p> <ul style="list-style-type: none">- Einführung in Geschäftsmodelle von Technologieunternehmen sowie deren digitale und deren nachhaltige Ausgestaltung- Verständnis über den Aufbau von innovativen Geschäftsmodellen- Auseinandersetzung mit erfolgreichen Prinzipien aus dem Technologiebereich- Übungen: Fallstudie zu einem erfolgreichen Geschäftsmodell sowie Auseinandersetzung mit dessen Nachhaltigkeits- und Digitalprinzipien <p>Prof. Dr. Sabrina Schork, "Digitalization, Innovation & Sustainability"</p> <ul style="list-style-type: none">- Introduction to business models of technology companies as well as their digital and their sustainable design- Understanding of the structure of innovative business models- Examination of successful principles from the technology sector- Exercises: Case study of a successful business model and examination of its sustainability and digital principles. <p>Prof. Dr. Dennis Lips „Entrepreneurship und PropTechs“</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundlegende Einblicke in die praktischen und theoretischen Perspektiven digitaler Geschäftsmodelle in der Immobilienwirtschaft- Verständnis über die Anatomie von Projektteams/Startups und wie diese ein digitales Geschäftsmodell initiieren, finanzieren, betreiben und ggf. veräußern- <i>Verständnis über den Aufbau eines Pitch-Decks und eines Businessplan für die Umsetzung eines digitalen Geschäftsmodells (Übung)</i>- Verbesserung der Fähigkeiten zur Falllösung und Präsentation <p>Prof. Dr. Dennis Lips "Entrepreneurship and PropTechs"</p> <ul style="list-style-type: none">- Fundamental insights into the practical and theoretical perspectives of digital business models in the real estate industry.- Understanding about the anatomy of project teams/startups and how they initiate, fund, operate and sell a digital business model.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> - Understanding how to build a pitch deck and business plan for implementing a digital business model (exercise). <p>Improving case resolution and presentation skills.</p>
Internationalität <i>International applicability</i>	Englischsprachiges Arbeitsmaterial (Fallstudien, Videos etc.) English language work material (case studies, videos, etc.)
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Alle zur Verfügung gestellten Unterlagen All documents provided
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristisch Seminaristic
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per course unit</i>	Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship Digital Business Models and Entrepreneurship (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Kontaktzeit 90h, Selbststudium 180h) Fall-/ Projektstudien Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship Seminar/ Case Study Digital Business Models and Entrepreneurship (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h, Kontaktzeit 60h, Selbststudium 120h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship (SPM) Digital Business Models and Entrepreneurship (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Kontaktzeit: 150h, Selbststudium: 300h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester Every winter term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Studierenden können gezielt Ideen zur Bearbeitung seiner Bachelor Arbeit generieren. Students can generate specific ideas to work on their Bachelor's thesis.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Einkauf & Qualitätsmanagement (SPM)			
*Procurement & Quality Management (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3733	Einkauf und Qualitätsmanagement <i>Procurement and Quality Management</i>
		3734	FuP Einkauf und Qualitätsmanagement <i>Seminar/ Case Study Procurement and Quality Management</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.31 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Alm / Prof. Dr. Reuter	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall-/Projektstudien Einkauf und Qualitätsmanagement: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Procurement and Quality Management: Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		<ul style="list-style-type: none"> - schriftliche Prüfung (120 Minuten): Einkauf und Qualitätsmanagement <i>Written Exam (120 min): Procurement and Quality Management</i> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall-/Projektstudien Einkauf und Qualitätsmanagement <i>Research/ Working Paper incl. Presentation:</i> 	



	<p><i>Seminar/ Case Study Procurement and Quality Management</i></p>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage die wichtigsten Standards im Bereich Qualitätsmanagement zu benennen.</p> <p>Sie können die Hintergründe von Total Quality Management erläutern.</p> <p>Sie sind fähig für ein gegebenes Problem die geeigneten QM-Methoden auszuwählen.</p> <p>Die Studierenden können mit anderen gemeinsam ein Projekt planen und bearbeiten.</p> <p>Sie sind in der Lage selbstständig die ihm in Projekt zugewiesenen Arbeitspakete abzarbeiten und in den Gesamtkontext des Projektes einzubringen</p> <p>Sie kennen das Qualitätsmanagement, Materialwirtschaft, den strategischen und operativen Einkauf als Elemente des Leistungserstellungsprozesses und verstehen die Bedeutung für den betriebswirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.</p> <p>Sie haben Grundkenntnisse hinsichtlich der Strategien, Methoden und sonstigen Instrumente des Qualitätsmanagements und des Einkaufs und den Wechselwirkungen zur Logistik, Entwicklung und Produktion und können die Methoden anwenden.</p> <p>Sie kennen die Einsatzmöglichkeiten der Informationssysteme.</p> <p>Sie kennen globale Trends und deren Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion bzw. Einkauf.</p> <p>Sie kennen Beschaffungsprozesse und deren Inhalte.</p> <p>Sie kennen die Warengruppensystematik und Hebel und Strategien zur individuellen Reduzierung von Einkaufskosten.</p> <p>Sie kennen Formen und Steuerungsgrößen von Einkaufsorganisationen</p> <p><i>Knowledge of important standards in quality management and background of Total Quality Management; Selection of adequate QM method for given quality issue</i></p> <p><i>Planning and realization of a project with others; autonomous execution of assigned project tasks and integration in overall project.</i></p> <p><i>Understanding of quality management, supply management, and purchasing as elements of a value creation process and their impact on overall corporate success.</i></p>



	<p>Knowledge and application of strategies, methods, and tools of quality management and supply management, their interdependencies with logistics, R&D and production</p> <p>Capabilities of information systems</p> <p>Knowledge of global trends and their impact on supply management function</p> <p>Knowledge of processes in supply management and their contents.</p> <p>Knowledge of category management, levers and strategies for category specific cost reductions.</p> <p>Knowledge of organizing and steering purchasing organizations.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Qualitätsmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Qualitätsmanagement - Qualitätsmanagementnormen (z. B. ISO 9000) - Total Quality Management - Lean Management Ansätze (Kaizen, SixSigma) - Sondergebiete des Qualitätsmanagement - Case Studies zu den oben genannten Themen <ul style="list-style-type: none"> - Basics of Quality Management - QM Standard (e.g. ISO 9000) - Total Quality Management - Lean Management Principles (Kaizen, SixSigma) - Special topics of Quality Management - Case Studies <p><u>Einkauf - Supply Management</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Beschaffungsmanagement - Make-or-Buy - Beschaffungsplanung - Analyse von Beschaffungsmärkten – - Supplier Relationship Management (SRM) - Sondergebiete des Beschaffungsmanagements - Case Studies zu den oben genannten Themen <ul style="list-style-type: none"> - Basics of Purchasing and Supply Management - Make-or-Buy - Supply Planning - Analysis of supply markets - Supplier Relationship Management (SRM) - Special topics of Supply Management - Case Studies

<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Global sourcing und Internationalisierung der Beschaffungsstrategie. Evaluierung von Internet-Marktplätzen. Thematisierung von Länderrisiken</p> <p><i>Global Sourcing, evaluation of online marketplaces, risk assessment of country specific risks</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Arnolds, H., et al.: Materialwirtschaft und Einkauf, 2013</p> <p>Appenfeller, W., Buchholz, W.: Supplier Relationship Management, 2005</p> <p>Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf, 2007</p> <p>Bundesverband Materialwirtschaft: BME-Leitfaden Internationale Beschaffung, Einkauf und Logistik, 2004</p> <p>Glock, C., Broens, M.: Public eProcurement: Grundlagen, Perspektiven und Implementierungshilfen, 2012</p> <p>Joachim Herrmann, Holger Fritz, Qualitätsmanagement – Lehrbuch für Studium und Praxis, Hanser Verlag, 2011</p> <p>Hirschsteiner, G.: Einkaufs- und Beschaffungsmanagement, 2006</p> <p>Hufgard, A.: <i>Marktplatz - Von EDI zu Handels- und Serviceplattformen im Internet</i>. S. 207-228. In: Business Integration mit SAP-Lösungen. Potenziale, Geschäftsprozesse, Organisation und Einführung. 2005.</p> <p>Hufgard, A.; Krüger, S.: SAP Business ByDesign: Geschäftsprozesse, Technologie und Implementierung anschaulich erklärt, 2012</p> <p>Gerd F. Kamiske (Hrsg.), Handbuch QM-Methoden, Hanser Verlag, 2. Auflage 2013</p> <p>Kluck, D.: Materialwirtschaft und Logistik – Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen, 2008</p> <p>Mertens, P.; Hufgard, A. et al.: Dispositionsparameter in der Produktionsplanung mit SAP. Einstellhinweise, Wirkungen, Nebenwirkungen. 5. Aufl., 2009.</p> <p>Robert Schmitt, Tilo Pfeifer, Qualitätsmanagement – Strategien-Methoden-Techniken, Hanser Verlag, 4. Auflage 2010</p> <p>Schuh, C. et al.: <i>Das Einkaufsschachbrett</i>. In http://www.einkaufsschachbrett.de/content/de_de/esb/index.php, Erstellungsdatum vom 01.02.2010</p>

	Hans-Dieter Zollondz, Grundlagen Qualitätsmanagement, Oldenbourg Verlag, 3. Auflage 2011
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Einkauf und Qualitätsmanagement <i>Procurement and Quality Management</i> (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50) Fall-/Projektstudien Einkauf und Qualitätsmanagement <i>Seminar/ Case Study Procurement and Quality Management</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Einkauf und Qualitätsmanagement (Schwerpunktmodul) <i>Procurement and Quality Management (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Bereitet auf eine Bachelorarbeit aus dem Themenkreis vor, sowie ein sich anschließendes Masterstudium. <i>Prepares students for a Bachelor's thesis in the subject area, as well as for a subsequent Master's degree.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Finance (SPM)			
*Finance (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3703	Finanzmanagement <i>Finance</i>
		3704	Fall-/Projektstudien Finanzmanagement <i>Seminar/ Case Study Finance</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.32 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Webersinke / Prof. Dr. Wendler / Prof. Dr. Schulz	
ECTS-Punkte <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall-/Projektstudien Finanzmanagement: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Finance:</i> <i>Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Finanzmanagement <i>Written exam (120 min.)</i> <i>Finance</i> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall-/Projektstudien Finanzmanagement <i>Research / Working paper incl. presentation</i> <i>Seminar/ Case Study Finance</i> 	



<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p><u>Teil Risikomanagement</u></p> <p>Die Studierenden können wesentliche Risikofaktoren aus dem betrieblichen Finanzmanagement benennen und Hintergründe zur Notwendigkeit wirkungsvoller Risikomanagementansätze erläutern. Sie sind in der Lage, das Risiko einer getätigten Investition mit Hilfe innovativer (Conditional) Value at Risk Ansätze abzuschätzen und die damit ermittelten Kennzahlen zu bewerten und zu interpretieren. Der Teilnehmersie können zusammen mit anderen und unter Zuhilfenahme eines Tabellenkalkulationsprogramms eine Risikozerlegung durchführen und damit wesentliche Risikotreiber identifizieren.</p> <p>Die Studierenden können zins- und wechselkursinduzierte Risiken ermitteln, analysieren und bewerten und ist dazu in der Lage, individuelle und unternehmensspezifische Absicherungsstrategien zu entwickeln.</p> <p>Die Studierenden können die Wirkung von Risikomanagementansätzen sowie derivativen Absicherungsinstrumenten kritisch reflektieren und sie verantwortungsvoll zur betrieblichen Problemlösung einsetzen.</p> <p><u>Teil Kreditmanagement</u></p> <p>Die Studierenden können die Rolle von Banken im Kreditgeschäft begründen und typische Verhaltensmuster von Kreditgebern erklären. Sie sind in der Lage, die Risiken eines Kredites zu analysieren und wichtige Determinanten des Kreditzinses zu berechnen. Die Studierenden sind fähig, geeignete Vereinbarungen für einen konkreten Kreditvertrag auszuwählen und Steuerungsinstrumente für Kreditportfolien auszuwählen.</p> <p><u>Teil Asset Management</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, den gesamten Investmentprozess im Portfoliomanagement zu beschreiben. Er definiert Ziele und Restriktionen der Kapitalanlage. Die Studierenden können die Grundlagen des Investment Research erklären. Sie können die Moderne Portfoliotheorie und das darauf aufbauende CAPM erläutern. Im Rahmen der Performancemesung kann der Studierende die Performancekennzahlen interpretieren.</p> <p><u>Teil Fall-/Projektstudien Finanzmanagement</u></p>
--------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Die Studierenden sind in der Lage, ein aktuelles Problem des Finanzmanagements selbständig und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden darzustellen und anhand eigener Kriterien systematisch zu bewerten.</p> <p><u>Risk Management</u></p> <p>The students can identify significant risk factors and explain the background for the need of effective risk management approaches. They are able to estimate the risk of an investment by using innovative (Conditional) Value at Risk approaches and to evaluate and interpret elementary risk figures. Together with other students the participant can decompose the Conditional Value at Risk by using a spreadsheet program and identify main risk drivers.</p> <p>The students can determine, analyse and evaluate interest rate and exchange rate induced risks and are able to develop individual and company-specific hedging strategies.</p> <p>They can reflect the effect of risk management approaches as well as derivative hedging instruments critically and use it responsibly to solve operational business decisions.</p> <p><u>Credit Management</u></p> <p>Students can evaluate the roll of banks in credit transactions and explain typical patterns of bank behaviour. They are able to assess credit risks and to calculate important elements of interest on credits. Students can select appropriate arrangements for credit transactions and they are able to choose suitable management tools for credit portfolios.</p> <p><u>Asset Management</u></p> <p>Students can describe the process of investing as part of portfolio management from start to end. They are able to define targets and restrictions of capital investments. Students can explain the principles of investment research. They can explicate modern portfolio theory and the CAPM based on that theory. Within performance measurement students are capable of interpreting performance figures.</p> <p><u>Seminar/ Case Study Finance</u></p> <p>Students are able to present and systematically assess a current issue in finance by applying scientific methods.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Die Studierenden werden im Teilmodul „<u>Finanzmanagement</u>“ mit den nachfolgend genannten Lerninhalten vertraut gemacht.</p> <p><u>Teil Risikomanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Grundlagen des Risikomanagements- Notwendigkeit wirkungsvoller Risikomanagementansätze- Messung und Steuerung verschiedener Risiken- Methoden zur Bestimmung des Value at Risk- Conditional Value at Risk- Risikodekomposition- Durationsbasierte Kennzahlen zur Steuerung des Zinsänderungsrisikos- Praktischer Einsatz von Forward Rate Agreements- Praktischer Einsatz von Zinsswaps- Optionsbewertung- Praktischer Einsatz von Devisenoptionen <p><u>Teil Kreditmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Theoretische Grundlagen des Kreditgeschäfts<ul style="list-style-type: none">o Modelle zur Existenzerklärungo Modelle zur Verhaltensklärung- Vergabeentscheidung - Analyse von Kreditrisiken<ul style="list-style-type: none">o Kreditscoringverfahreno Diskriminanzanalyse- Konditionenentscheidung – Die Gestaltung von Kreditbeziehungen<ul style="list-style-type: none">o Komponenten des Kreditvertrages und Kreditformeno Determinanten des Kreditzinseso Kreditsicherheiten und Zusatzvereinbarungen- Steuerung von Kreditrisiken<ul style="list-style-type: none">o CreditMetrics und CreditRisk+o Kreditderivateo Verbriefungen <p><u>Teil Asset Management</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Absolute und relative Ziele des Asset Managements- Organisation des Investment Researchs- Prognoseverfahren am Kapitalmarkt- Portfolioselektionsmodell nach Markowitz- Capital Asset Pricing Model- Kapitalmarktklinie- Wertpapierlinie/ Beta-Koeffizient- New Finance- Absolute und relative Kennzahlen der Performance-messung
---------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>In den <i>Fall-/Projektstudien Finanzmanagement</i> werden aktuelle Themen aus den folgenden Bereichen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wege der Kapitalbeschaffung- Kapitalmarktprodukte und Finanzmärkte- Internationales Finanzmanagement- Bankmanagement und Bankregulierung- Risikomanagement <p>In "<u>Finance</u>" the following subjects will be taught:</p> <p><u>Risk Management</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Principles of risk management- Necessity for effective risk management approaches- Risk measurement and assessment- Calculation of Value at Risk- Conditional Value at Risk- Risk decomposition- Duration based figures for the management of interest rate risk- Practical use of Forward Rate Agreements- Practical use of interest rate swaps- Option pricing- Practical use of FX options <p><u>Credit Management</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Principles of credit management: Explaining the existence and the behaviour of banks<ul style="list-style-type: none">o Analysis of credit riskso Arranging credit agreements- Managing credit risks <p><u>Asset Management</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Absolute and relative targets for managing assets- Organising Investment Research- Forecasting in capital markets- Markowitz Portfolio Selection Theory- Capital Asset Pricing Model- Capital Market Line- Security Market Line / Beta coefficient- New Finance- Absolute and relative Measures of Performance <p>In the <u>Seminar for Finance</u> we will look at current issues in the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Corporate Finance- Capital Market Products and financial markets- International Financial Management- Management and Regulation of Banks- Risk Management
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p>Internationalität International applicability</p>	<p>Die Strategien der Finanzierungs- und Investmentbranche werden verstärkt grenzüberschreitend getätigt. Die erworbenen Kenntnisse sind grundlegende Fertigkeiten, die in einem internationalen, akademischen bzw. beruflichen Umfeld adäquat angewandt werden können.</p> <p>The strategies of the financing and investment industry are increasingly transnational. The knowledge acquired is a fundamental skill that can be adequately applied in an international, academic or professional environment.</p>
<p>Lehrmaterialien Bibliography</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bodie, Kane, Marcus: Investments, McGraw Hill - Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München - Steiner, M., Bruns, C., Stöckl, S.: Wertpapiermanagement, Schäffer Pöschl - Dichtl, H., Kleeberg, J., Schlenger, C.: Handbuch Asset Allocation, Uhlenbruch Verlag - Spremann, K.: Portfoliomanagement, Oldenbourg Verlag - Bruns, C., Meyer-Bullerdieck, F.: Professionelles Portfoliomanagement, Schäffer Pöschl Verlag - Breuer, W., Gürtler M., Schuhmacher F.: Portfoliomanagement I: Grundlagen, Gabler Verlag - Poddig, T.: Portfoliomanagement: Konzepte und Strategien, Uhlenbruch Verlag - Meucci, A.: Risk and Asset Allocation, Springer Verlag - Berk, J., DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft, Pearson Verlag - Brealey, Myers, Allen: Corporate Finance, McGraw Hill - Kleeberg, J., Rehkugler, H.: Handbuch Portfoliomanagement, Uhlenbruch Verlag - Hull, J. C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson Verlag - Aktuelle Veröffentlichungen der Bundesbank und des IWF zur Struktur, Wettbewerbs- und Ertragslage des deutschen Bankensystems - Schierenbeck, H.: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2, Gabler Verlag - Schulte, M.; Horsch, A.: Wertorientierte Banksteuerung II: Risikomanagement, Frankfurt School Verlag - Hartmann-Wendels, T., Pfingsten, A., Weber, M.: Bankbetriebslehre, Springer Verlag - Mishkin, Frederic S.: The Economics of Money, Banking, and Financial Markets, HarperCollinsPublishers - Schiller, B., Tytko, D.: Risikomanagement im Kreditgeschäft

Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Didactic type</i>	- Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Finanzmanagement <i>Finance</i> (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50) Fall-/Projektstudien Finanzmanagement <i>Seminar/ Case Study Finance</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Mo- duls <i>Workload</i>	Finance (Schwerpunktmodul) <i>Finance (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Studierenden erhalten berufsqualifizierende Kenntnisse. <i>Students receive knowledge that qualifies them for a profes- sion.</i>
Teilnahme werdender Müt- ter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Human Resources Management (SPM)			
*Human Resources Management (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en)	3705	Human Resources Management Human Resources Management
	Title of Course Unit	3706	Fall-/Projektstudien Human Resources Management Seminar/ Case Study Human Resources Management
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie Business Psychology (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.33 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Szebel-Habig / Prof. Dr. Spamer / Prof. Dr. Achenbach / Prof. Dr. Schäfer	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul Specialization Module/ In-Depth Study	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine None Fall-/Projektstudien Human Resources Management: Teilnahme an der Lehrveranstaltung Seminar/ Case Study Human Resources Management: Participation	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Human Resources Management Written Exam (120 min.) Human Resources Management - 1 Seminararbeit mit Präsentation Fall-/Projektstudien Human Resources Management 	

	<p>Research / Working Paper incl. Presentation Seminar/ Case Study Human Resources Management</p>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Studierende sind in der Lage, aktuelle Herausforderungen des HRM wie z.B. die neue Rolle als „Business Partner“ zu analysieren und aktiv zu managen. Sie beherrschen notwendige Verfahren und Instrumente modernen Personalmanagements und können diese – z.B. Aufbau eines Talentmanagements – im Unternehmen einführen und gestalten – z.B. durch einen Talentpool. Diese Fähigkeit und Anwendungskompetenz erarbeiten sich die Studierenden in Teams über Diskussion und Übungen für alle Personalfunktionen, so etwa für Personalmarketing; Personalentwicklung; Personalvergütung und Personalcontrolling. Die Studierenden sind in der Lage, die Themen auch in wissenschaftlich, analytischer Form über eine Seminararbeit selbständig zu erarbeiten und zu präsentieren.</p> <p>Vorgenannte Kompetenzen gelten in entsprechender Weise auch für den arbeitsrechtlichen Teil der Veranstaltung. Die Studierenden sind hier fähig, in (gegenüber dem Basisstudium) vertiefter Weise die wesentlichen Inhalte des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts zu benennen und insbesondere im Rahmen von Falllösungen sowohl selbständig wie auch zusammen / im Verbund mit anderen Studierenden anzuwenden; bei Gruppenarbeiten sind die Studierenden in der Lage, interaktiv zu agieren sowie für Ansätze anderer offen zu sein und Meinungen anderer gelten zu lassen.</p> <p>Meaning of the employees as a Strategic Resource. Active Modern Personnel Policy</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Human Resources Management</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsrecht (2 SWS) - Human Resources I : Personalplanung, -beschaffung, -controlling und -marketing (2 SWS) - Human Resources II : Personalentwicklung, -beurteilung, -entgelt und Mitarbeitermotivation (2 SWS) - Diversity-, Gesundheits-, Talentmanagement; ferner - Performance- und Kompetenz – Management sowie Internationale Personalpolitik <p>Leadership, Appraisals, Remuneration, Personnel Development, Recruiting, Employer Branding, Diversity</p> <p><u>Fall-/Projektstudien Human Resources Management</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategisches Personalmanagement (2 SWS) - Aktuelle Fragestellungen des Personalmanagements

	<p>(Demografischer Wandel, Performance Management, Talent Management etc.) (2 SWS)</p> <p>Actually selected topics of human resource management, i.e.; Reactions to demographic change; Employee participation and labor relations and the market for temporary employment</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Internationale Personalpolitik / Internationale HR Studien</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Human Resources Management</u></p> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Achenbach, W.: Personalmanagement für Führungs- und Fachkräfte, Wiesbaden 2003. - Hirdina, R., Grundzüge des Arbeitsrechts, 4. Auflage, Vahlen Verlag München 2014 ; NZA, Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht - Stock-Homburg, R., Personalmanagement, Wiesbaden, 3.Aufl. 2013 - Fröse, M./Szebel-Habig, A. (Hrsg.): Mixed Leadership, mit Frauen an die Spitze, Bern 2009. <p><u>Fall-/Projektstudien Human Resources Management</u></p> <p>Eigenständige Literaturrecherchen für die Seminararbeit</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Seminar mit Präsentationsübung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Human Resources Management <i>Human Resources Management</i> (6 SWS) / (9 ECTS) (Workload 270h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p> <p>Fall-/Projektstudien Human Resources Management <i>Seminar/ Case Study Human Resources Management</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Human Resources Management (Schwerpunktmodul) <i>Human Resources Management (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>



Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every winter term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Studierenden erhalten berufsqualifizierende Kenntnisse für aktuelle personalpolitische Fragestellungen als Voraussetzung für eine Bachelorarbeit auf dem Gebiet des HRM's. The students receive professional knowledge for current personnel policy issues as a prerequisite for a Bachelor's thesis in the field of HRM.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Immobilienmanagement (SPM)			
*Real Estate Management (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3707	Immobilienmanagement <i>Real Estate Management</i>
		3708	Fall-/Projektstudien Immobilienmanagement <i>Seminar/ Case Study Real Estate Management</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.33 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Paschedag / Prof. Dr. Ruppert / Prof. Dr. Focke / Prof. Dr. Schöne, Prof. Dr. Schütze	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall- und Projektstudien Immobilienmanagement: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Real Estate Management:</i> <i>Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Immobilienmanagement <i>Written Exam (120 min.)</i> <i>Real Estate Management</i> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall- und Projektstudien Immobilienmanagement <i>Research / Working Paper incl. Presentation</i> <i>Seminar/ Case Study Real Estate Management</i> 	

<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Immobiliennutzungsarten aufzulisten. Sie sind fähig, diese Immobilien zu analysieren und hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit zu beurteilen. Die Teilnehmenden können verschiedene Immobilienanlagemöglichkeiten beschreiben. Sie sind fähig, die Risiken und Chancen verschiedener Anlageformen zu beurteilen und zu bewerten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, sich selbstständig über bestimmte Immobilienmärkte zu informieren und auf dieser Grundlage Marktwerte für unterschiedliche Immobilienarten mit den gängigen nationalen und internationalen Wertermittlungsverfahren zu ermitteln.</p> <p>Die Teilnehmenden können die Besonderheiten im Immobilienkaufrecht wiedergeben. Die Studierenden sind in der Lage, kleinere juristische Fälle im Immobilien- und Mietrecht zu lösen.</p> <p><i>Students are capable of listing different type of use, analyse real estates and assess the rentability</i></p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u><i>Immobilienmanagement</i></u></p> <p><i>Immobilieninvestment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Angebotsseite der Immobiliennutzung - Immobilie als Assetklasse - Direkte Investments - Indirekte Investments - Fonds - REITs - Immobilienportfoliomanagement und Portfoliotransaktionen - <i>Real estate management</i> <p><i>Immobilienbewertung</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsgrundlagen - Vergleichswertverfahren - Sachwertverfahren - Ertragswertverfahren - <i>Valuation of real estates</i> <p><i>Immobilienrecht</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Maklerrecht



	<ul style="list-style-type: none"> - Immobilienkaufvertragsrecht und Finanzierungsrecht - Nationales und internationales Baurecht - Architektenrecht - Wohnungseigentumsrecht - Mietrecht - Real estate law <p><u><i>Fall-/Projektstudien Immobilienmanagement</i></u></p> <p>Die Studierenden bearbeiten selbständig Themen aus folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Immobilienfinanzierung - Immobilien Investment Banking - Wohn- und Gewerbeimmobilien - Markt- und Standortanalysen - Vermietungsmanagement <p>Detailed knowledge about national and international real estate investments; The students have to work with case studies.</p>
<p>Internationalität International applicability</p>	<p><u><i>Immobilienmanagement</i></u></p> <p>Immobilieninvestitionen werden in sehr starkem Maße über Ländergrenzen hinweg getätigt. In allen drei Fächern (Immobilieninvestitionen, Immobilienbewertung und Immobilienrecht) spielen daher internationale Aspekte eine wesentliche Rolle.</p> <p><u><i>Fall-/Projektstudien Immobilienmanagement</i></u></p> <p>Es werden immer wieder auch internationale Themen vergeben. Z.B. der „US-Reit“, Immobilien-Crash in den USA, usw.</p> <p>Real estate management Real estate investments are made to a very large extent across national borders. International aspects therefore play an essential role in all three subjects (real estate investment, real estate valuation and real estate law).</p> <p>Case/Project Studies Real Estate Management International topics are also assigned time and again. E.g. the "US ride", real estate crash in the USA, etc.</p>
<p>Lehrmaterialien Bibliography</p>	<p><u><i>Immobilienmanagement</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Brauer, Grundlagen der Immobilienwirtschaft

	<ul style="list-style-type: none"> - Gondring, Handbuch Immobilienwirtschaft, - Schulte, Immobilienökonomie Band 1, und Band 2 - Handbuch Immobilien-Investition - Handbuch Immobilien-Banking <p><u>Fall-/Projektstudien Immobilienmanagement</u></p> <p>Je nach Seminarthema unterschiedlich</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Immobilienmanagement <i>Real Estate Management</i> (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p> <p>Fall-/Projektstudien zu Immobilienmanagement <i>Seminar/ Case Study Real Estate Management</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Mo- duls <i>Workload</i></p>	<p>Immobilienmanagement (Schwerpunktmodul) <i>Real Estate Management (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Die Studierenden erhalten berufsqualifizierende Kenntnisse im Bereich des Immobilienmanagements. Die Kenntnisse können auch für die Erstellung der Bachelorarbeit genutzt werden.</p> <p><i>The students receive professional qualifying knowledge in the field of real estate management. The knowledge can also be used for writing the Bachelor's thesis.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Müt- ter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

International Sales (SPM)			
*International Sales (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	<i>Vorlesung(en)</i> <i>Title of Course Unit</i>	6074	International Sales
		6076	Seminar/ Case Study International Sales
<i>Studiengang</i> <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie Business Psychology (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.36 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
<i>Modulverantwortliche</i> <i>Course director</i>		Fr. Brehm / Prof. Dr. Schneider-Störmann / Prof. Dr. Wiggendorf / Prof. Dr. Krieger	
<i>ECTS-Punkte (Credits)</i> <i>Credits</i>		15	
<i>Umfang (SWS)</i> <i>Number of semester hours</i>		10	
<i>Status</i> <i>Type</i>		Schwerpunktmodul Specialization Module/ In-Depth Study	
<i>Dauer des Moduls</i> <i>Duration</i>		1 Semester 1 Term	
<i>Teilnahmevoraussetzungen</i> <i>Prerequisites</i>		90 ECTS Min. of English C1 (European Common Language Framework)	
<i>Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung</i> <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine None Fall- und Projektstudien International Sales: Teilnahme an der Lehrveranstaltung Seminar/ Case Study International Sales: Participation	
<i>Modulprüfung</i> <i>Type of exam</i>		<ul style="list-style-type: none"> - Schriftliche Prüfung (120 min) Written Exam (120 min.): International Sales - Studienarbeit mit mündliche Präsentation Oral presentation with handout/written assignment ("mini" project): Seminar/ Case Study International Sales 	

<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p><i>INTERNATIONAL SALES</i></p> <p><u><i>International Contracting</i></u> Knowledge: Students do have basic knowledge of the UN Convention on the international Sale of Goods (CISG). Students are able to better understand terms of international contracts as well as to support the process of designing and closing new contracts.</p> <p>Personal Competence: Students are able to discuss complex international legal matters with the teacher and other students. The student knows to weight arguments for the application of international sales law.</p> <p><u><i>Strategic Sales</i></u> After visiting the lectures students should understand the complexity of b2b sales and to know and execute several techniques and strategies for successfully offering products and services in those markets.</p> <p><u><i>Conflict and Negotiation Management</i></u> Knowledge: The students will be able to prepare negotiations of (technical) goods and products in B2B relations. They will know how to judge about important issues and to be specific about quantitative issues.</p> <p>Personal Competences: Students will be able to perform negotiations with improved communication skills in terms of strategic behavior and related tactics. Students will be able to analyse situations within the entire process of negotiations – from customers request until the given order.</p> <p><i>SEMINAR/ CASE STUDY INTERNATIONAL SALES</i></p> <p><u><i>Intercultural Project Management</i></u> International projects that reach beyond national boundaries are ubiquitous in all organizations around the globe. This is why competence in the management of international projects and teams is central to the strategic competences of today's organizations.</p> <p>In this seminar students will enhance their knowledge, skills and competences particularly in the following areas</p> <p>Knowledge: Comprehend the specific characteristics of an international project (as opposed to standard projects) Analyse and discuss key success criteria for the management of</p>
--------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>international projects Understand the concept of stakeholder management in an international context Comprehend the main components of a project lifecycle in an international context (including Work Breakdown Structure/milestones) Define and create milestones and apply a WBS and conceive the main Understand the concept of cultural diversity and cultural frameworks as well as the impact culture can have on the design and implementation of an international project</p> <p>Personal Competence: Students will be able to engage and interact effectively with international students in project related discussions and team sessions. They will be capable of following this English-taught seminar and process relevant academic and project management related sources, structure their work in teams and assign team roles, and deliver the results of their team work in a final project presentation.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>INTERNATIONAL SALES</u></p> <p><u>International Contracting</u> More than 70 countries, accounting for more than two-thirds of all world trade, have ratified the Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG), in Germany well known as "UN-Kaufrecht" (UN Sales law). In Europe even around 80 % of all imports and nearly all exports are governed by UN Sales law. This lecture gives an introduction to the basic principles of the CISG in terms familiar to European lawyers. Students will get to know the most significant CISG decisions reported. Concrete examples are provided throughout.</p> <p><u>Strategic Sales</u> After an introduction about the nature of sales, including key components like products, players, competitors etc., the typical elements of sales organisations will be shown. Based on that knowledge, cornerstones of effective acting in the sales field, e.g. sales strategies and techniques, pricing strategy and psychological aspects, will be discussed.</p> <p><u>Conflict and Negotiation Management</u> Identify conflicts, set-up strategies and tactics for negotiations. Manage conflict situation in negotiations. Active role-playing as so</p>

	<p>to find arguments and to use them to improve the negotiation results. Prepare negotiations for conflict avoidance and with specific targets.</p> <p><u>FuP INTERNATIONAL SALES</u></p> <p>International project management and working in international teams more efficient and effective on a global scale will be the emphasis of this seminar. Students will explore the stages of international project management and identify major critical success criteria for working across cultures.</p> <p>The different approaches and sessions will be structured around the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> - International Project Management - The Cultural Context of Global/International Management - Organizational Frameworks and Strategy for International Operations/Projects - Defining International Projects - Planning and Organizing International Projects - Communicating in International Projects - Cooperating in International Projects - Learning in and Learning from International Projects
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>International aspects are at the heart of the course. This seminar is particularly suitable also for international/ERASMUS students.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>INTERNATIONAL SALES</u></p> <p><u>International Contracting</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Huber/Mullins, The CISG. A new text book for students and practitioners, Sellier 2007 - Lookofsky, Understanding the CISG. Kluwer Law International 2008. - Schlechtriem/Schwenzer: Commentary on the UN Convention on the international sale of goods (CISG). 3rd edition, Oxford University Press 2010. <p><u>Strategic Sales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Calvin, R. J. (2001): Sales Management: The McGraw Hill MBA. New York: McGraw Hill

	<ul style="list-style-type: none"> - Heiman, S. E. (2004): The New Strategic Selling, 3rd Ed. London: Kogan Page - Thull, J. (2003): Mastering the Complex Sale. Hoboken (N. J.): John Wiley & Sons <p><u>FuP INTERNATIONAL SALES</u></p> <p><u>Main Course books:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kathrin Köster. International Project Management. Sage Publications. London. 2010. 1st edition. - Let your projects fly. Next level consulting. Goldegg Verlag. 2009. ISBN:978-3-901880 57-5. <p><u>More:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - L.H. Chaney and J.S. Martin. Intercultural Business Communication. New Jersey. 2011. - Helen Deresky. International Management. Managing across Borders and Cultures. New York, 7th edition. Pearson.Longman. 2011 - L. Mc Dermott et al. World Class Teams – working across boarders. Wiley. 2010. - D. Cleland/R. Garies, Global Project Management Handbook. Mc Graw Hill Professional. 2nd edition. 2006. - Geert Hofstede. Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations. Sage. 2nd Edition. 2001. - R. Schmidt. In Search of Intercultural Understanding. Vienna. 2007. - R. Trompenaar. Riding the waves of culture. Understanding diversity in global business. 2000. - R. Gesteland. Cross-Cultural Business Behaviour. 4th edition. Copenhagen Business School. 2008. <p>Essential course material will be available on the e-learning platform for this seminar.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminar - Workshops - Task-based learning

<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>International Sales</p> <ul style="list-style-type: none"> – International Contracting (2 SWS)/ (3 ECTS) – Strategic Sales (2 SWS)/ (3 ECTS) – Conflict and Negotiation Management (2 SWS)/ (3 ECTS) <p>(6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h)</p> <p>Seminar/ Case Study International Sales (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>International Sales (Schwerpunktmodul) <i>International Sales (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Englisch <i>English</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p><i>Academic preparation for studies abroad, an international internship or a bachelor thesis on an international topic in sales/project management/international management.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Internationales Management (SPM)			
*International Management (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3732	Internationales Management <i>International Management</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>	Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.35 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Angress		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	15		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	10		
Status <i>Type</i>	Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>	90 ECTS		
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Werden jeweils von der gastgebenden ausländischen Hochschule festgelegt <i>Defined by the partner university abroad</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	- Die Prüfungen richten sich nach der Studien- und Prüfungsordnung der gastgebenden ausländischen Hochschule		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i>	Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse des internationalen Stands der Betriebswirtschaftslehre. Sie sind in der Lage, sich in einem internationalen Umfeld zu bewegen und die von ihnen entwickelten fachlichen Konzepte gegenüber Fachleuten argumentativ in einer Fremdsprache zu vertreten. Eine tiefere Spezifizierung ist der Modulbeschreibung des belegten Moduls an der ausländischen Hochschule zu entnehmen.		



	<p>Die Studierenden steigern durch die internationale Erfahrung auch Ihre employability und stärken im Ausland ihr interkulturelles Bewusstsein und ihre Selbstkompetenz.</p> <p>Students will deepen their understanding and knowledge of international business.</p> <p>They are able to act effectively and professionally in an international context and present their business concepts and ideas in a convincing and fluent way in a language other than their native language German.</p> <p>Students also boost their employability thanks to their international experience and deepen their intercultural awareness and understanding. They also enhance transferable skills such as organisational skills and self-efficacy.</p> <p>This in-depth study module International Management is entirely completed abroad. The students choose courses from abroad that are appropriate and in line with the level and learning outcomes and contents of their course of studies amounting to 15 ECTS based on a Learning Agreement that they define together with the respective international faculty coordinator.</p> <p>More details on the course descriptions that are applicable can be found in the course catalogue of the respective (partner) university abroad.</p> <p>(Das Schwerpunktmodul „Internationales Management“ wird vollständig an einer ausländischen Hochschule absolviert. Die Studierenden wählen eigenverantwortlich die Hochschule aus, wobei die Studieninhalte im Umfang von 15 ECTS-Punkten im Rahmen eines Learning Agreements jeweils individuell in enger Abstimmung mit dem Auslandsbeauftragten festgelegt werden.)</p> <p>(The core module "International Management" is completed entirely at a foreign university. The students choose the university on their own responsibility, whereby the study contents to the extent of 15 ECTS credits are determined individually within the framework of a learning agreement in close coordination with the foreign representative).</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Das Modul "Internationales Management" ist dafür gedacht, dass sich die Studierenden an einer ausländischen Hochschule ein Studienprogramm zusammenstellen, das anschließend in Aschaffenburg angerechnet wird. Hierbei ist darauf</p>



	<p>zu achten, dass das Programm inhaltlich sachgerecht zusammengestellt ist, d. h. hinsichtlich Niveau und Thematik einem Schwerpunkt gerecht wird, und einen Umfang von 15 ECTS-Punkten aufweist. Um dies sicherzustellen ist es zwingend erforderlich, dass vor dem Auslandsaufenthalt in enger Abstimmung mit dem Auslandsbeauftragten ein Learning Agreement abgeschlossen wird, in dem die auf dieses Modul anzuerkennenden Veranstaltungen festgelegt werden.</p> <p><i>This in-depth module refers to study abroad courses only (15 ECTS) that will be acknowledged back home based on a Learning Agreement and prior consent by the international faculty coordinator.</i></p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Das Schwerpunktmodul „Internationales Management“ ist zwingend an einer ausländischen Hochschule zu absolvieren und soll somit die internationale Mobilität sowie den internationalen Austausch von fachlichen Inhalten fördern.</p> <p><i>Study abroad module</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Werden jeweils von der gastgebenden ausländischen Hochschule festgelegt</p> <p><i>Defined by the partner university abroad</i></p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>Wird jeweils von der gastgebenden ausländischen Hochschule festgelegt</p> <p><i>Defined by the partner university abroad</i></p>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Wird jeweils von der gastgebenden ausländischen Hochschule festgelegt</p> <p><i>Defined by the partner university abroad</i></p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Internationales Management (Schwerpunktmodul) <i>International Management (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Hängt von der gastgebenden ausländischen Hochschule ab</p> <p><i>Defined by the partner university abroad</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Winter- und Sommersemester. <i>Winter and Summer Term</i></p>

<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Als Schwerpunktmodul ist „Internationales Management“ so konzipiert, dass sich die Studierenden an einer ausländischen Hochschule ein Curriculum zur Vertiefung der fachlichen Inhalte eines betriebswirtschaftlichen Schwerpunktes zusammenstellen und so die spezifischen berufsqualifizierenden Kenntnisse dieses Schwerpunktes erwerben.</p> <p><i>As a specialisation module, "International Management" is designed in such a way that students compile a curriculum at a foreign university to deepen the subject content of a business management specialisation and thus acquire the specific professional qualifying knowledge of this specialisation.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Markenmanagement und Recht (SPM)			
*Trade Mark Management and Law (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2701	Markenmanagement <i>Trade Mark Management</i>
		2702	Rechtsfragen im Marketing <i>Marketing Law</i>
		2703	Fall-/Projektstudien Markenmanagement und Recht <i>Seminar/ Case Study Trade Mark Management and Law</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.37 WIPSY – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Hirdina / Prof. Dr. Winter	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall- /Projektstudien Markenmanagement und Recht: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Trade Mark Management and Law: Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		- 1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Markenmanagement <i>Written Exam (90 min.) Trade Mark Management</i>	



	<p>- 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Rechtsfragen im Marketing Written Exam (120 min.) Marketing Law</p> <p>1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall- /Projektstudien Markenmanagement und Recht Research / Working Paper incl. Presentation Seminar/ Case Study Trade Mark Management and Law</p>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen Objectives</p>	<p><u><i>Markenmanagement</i></u></p> <p>Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse des Markenmanagements. Sie können die Markenpolitik in die sonstigen Strategien des Marketings einordnen. Sie kennen die Bedeutung modernen, identitätsorientierten Markenmanagements. Sie beherrschen den Einsatz der Marketing-Gestaltungselemente und kennt die Ziele und Instrumente des Markenmanagements. Dies schließt neuere Entwicklungen im Bereich der digitalen Medien (z.B. Smartphones und Mobile Marketing) jeweils auf neuestem Stand mit ein.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, eine Konzeption zum Management für eine konkrete Marke zu entwickeln. Sie nutzen ihre Kenntnisse über die verschiedenen Marketing-Gestaltungselemente (Farben, Bilder, Texte) und entwickelt auf dieser Basis Layouts für Anzeigen, Prospekte, Websites etc. Die Studierenden sind in der Lage, sämtliche Marketing-Instrumente (insbesondere die Kommunikationspolitik) zur Präsentation und zum Vertrieb seiner Marke einzusetzen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, gemeinsam mit anderen eine Markenkonzeption zu entwickeln, kritisch zu diskutieren und gemeinsam zu sinnvollen Resultaten zu kommen. Sie sind in der Lage, die Konzeption einem größeren Plenum vorzustellen und dabei auf Fragen kompetent einzugehen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Markenziele zu definieren, die notwendigen Schritte zur Umsetzung der Markenstrategie zu entwickeln, sowie den Erfolg der Maßnahmen zu kontrollieren. Häufig dient dies als Basis der Zusammenarbeit mit anderen im Team (siehe dazu oben „Soziale Kompetenz“).</p>

	<p>Students are gaining profound knowledge about brand management</p> <p><u>Rechtsfragen im Marketing</u></p> <p>Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse im Marken- und Wettbewerbsrecht. Sie können die wichtigsten Grundschritte für das Markeneintragungsverfahren auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene benennen. Sie beherrschen die Ansprüche für den Fall einer Markenverletzung. Die Studierenden bewerten die Bedeutung der rechtlichen Aspekte einer Marke für ein erfolgreiches Markenmanagement in einer Unternehmung. Die Teilnehmenden differenzieren zwischen einem wettbewerbslich lauten und unlauteren Verhalten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, eine Marke beim Markenamt national, europäisch und international für unterschiedliche Waren- und Dienstleistungsklassen anzumelden. Sie sind in der Lage, eine neu konzipierte Marke auf ihre Schutzfähigkeit hin zu analysieren sowie Markenrecherchen zum Schutz der eigenen Marke durchzuführen. Die Teilnehmenden analysieren bzw. konzipieren Werbung unter Berücksichtigung ihrer wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit. Die Studierenden beherrschen die Klaviatur markenrechtlicher und wettbewerbsrechtlicher Ansprüche.</p> <p>Die Studierenden können zusammen mit anderen eine Marke auf ihre Eintragungsfähigkeit, auf absolute und relative Schutzhindernisse untersuchen und die Frage diskutieren, welche rechtlichen Maßnahmen zum Schutz der eigenen Marke erforderlich und angemessen sind. Die Teilnehmenden können zusammen mit anderen Werbung auf ihre wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit hin untersuchen.</p> <p>Die Teilnehmenden sind in der Lage, in einem Unternehmen eigenverantwortlich ein System zu einem rechtlich erfolgreichen Markenmanagement zu implementieren. Die Studierenden füllen die Rolle des selbständigen Sachwalters von Marken im Unternehmen aus, um die Marke als Unternehmenswert zu bewahren und zu fördern. Die Teilnehmenden können Werbung selbständig dahingehend einstufen, ob sie wettbewerbsrechtlich zulässig oder unzulässig ist.</p> <p>Students are gaining deep knowledge about legal questions in brand and marketing law</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Markenmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Customer Relationship Management (CRM) als Basis - Einordnung der Markenpolitik in sonstige Marketingstrategien - Gestaltungselemente von Marken als Grundlage der Layout-Entwicklung - Ziele des Markenmanagements - Identitätsorientiertes Markenmanagement - Markenstrukturen - Markenerweiterungsstrategien - Markenallianzen - Bedeutung von Handelsmarken - Instrumente der Markenkommunikation - Integrierte Markenkommunikation - <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> - <i>Brand management</i> <p><u>Rechtsfragen im Marketing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Deutsches Markenrecht - Europäische Markenrechtsverordnung - Pariser Verbandsübereinkunft - Madrider Markenrechtsübereinkommen - Trips - Gesetz zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs (UWG) - <i>Marketing law</i> <p><u>Fall-/Projektstudien Markenmanagement und Recht</u></p> <p>Der Studierende ist in der Lage, auf wissenschaftlicher Basis vorlesungsbegleitend wahlweise zu einer Frage des Markenmanagements oder des Marken-/Wettbewerbsrechts eine fundierte Lösung auszuarbeiten. Der Studierende beherrscht die wissenschaftliche Ausarbeitung der Lösung für die Problemstellung ansprechender Schriftform und versteht es, die wissenschaftliche Ausarbeitung vor einem Plenum professionell zu präsentieren</p>
---------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Case and seminar studies in brand management and law</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p><u>Markenmanagement</u></p> <p>Aspekte des internationalen Marketings befähigen die Studierenden für internationale Marketing- /Markenstrategien.</p> <p><u>Rechtsfragen im Marketing</u></p> <p>Die Studierenden lösen Markenrechtsfragen auf europäischer und außereuropäischer Ebene und sind dadurch für einen internationalen Einsatz qualifiziert.</p> <p><u>Fall-/Projektstudien Markenmanagement und Recht</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, mit Fragen des internationalen Markenmanagements und Rechtsfragen im internationalen Markenmanagement umzugehen. Sie besitzen auf dem Gebiet des Marken- und Wettbewerbsrechts die erforderlichen Kenntnisse für ein global agierendes Unternehmen.</p> <p><u>Brand Management</u></p> <p>Aspects of international marketing enable students to develop international marketing/brand strategies.</p> <p>Legal issues in marketing</p> <p>The students solve questions of trademark law on a European and non-European level and are thus qualified for an international assignment.</p> <p><u>Case/project studies in brand management and law</u></p> <p>The students are able to deal with questions of international brand management and legal questions in international brand management. They have the necessary knowledge in the field of trademark and competition law for a globally operating company.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fezer, Kommentar zum Markenrecht - Ingerl/ Rohnke, Kommentar zum Markengesetz - Köhler/ Pieper, Kommentar zum UWG - Schünemann/ Schrickler, Großkommentar zum UWG - Eisenmann/ Jautz, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht

	<ul style="list-style-type: none"> - Skripten - Literaturhinweise
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Markenmanagement <i>Trade Mark Management</i> (2 SWS) / (3/15 ECTS) (Workload 90h, Kontaktzeit: 30h, Selbststudium: 60h) Rechtsfragen im Marketing <i>Marketing Law</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h) Fall-/Projektstudien Markenmanagement und Recht <i>Seminar/ Case Study Trade Mark Management and Law</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Markenmanagement und Recht (Schwerpunktmodul) <i>Trade Mark Management and Law (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h, Kontaktzeit: 150h, Selbststudium: 300h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Studierenden erhalten berufsqualifizierende Kenntnisse für das Markenmanagement in der Praxis. <i>The students receive professionally qualifying knowledge for brand management in practice.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Marketingkonzeptionen (SPM)			
*Marketing Conceptions (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3712	Marketingkonzeptionen <i>Marketing Concentrations</i>
		3713	Fall-/Projektstudien Marketingkonzeptionen <i>Seminar/ Case Study Marketing Concentrations</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.38 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Bertels / Prof. Dr. Winter	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS Empfehlung: Bestehen der Klausur „Marketing“ <i>Commendation: "Marketing" should be passed</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall-/Projektstudien Marketingkonzeptionen Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Marketing Concentrations: Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		- 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Studienschwerpunktmodul Marketingkonzeptionen <i>Written Exam (120 min.) Marketing Concentrations</i>	

	<ul style="list-style-type: none"> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall-/Projektstudien Marketingkonzeptionen Research / Working Paper incl. Presentation Seminar/ Case Study Marketing Concentrations
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen Objectives</p>	<p><u>Vorlesungsteil Markenmanagement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die Bedeutung der Marke aus Sicht der unterschiedlichen Anspruchsgruppen. - Die Studierenden sind mit den Rahmenbedingungen eines modernen Markenmanagements (z.B. Informationsüberlastung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit) vertraut. Sie verfügen über vertiefte Kenntnisse zu den im Rahmen eines identitätsorientierten Markenmanagementprozesses eingesetzten Instrumenten. - Die Studierenden verstehen die Chancen und Risiken zentraler Markenwachstumsstrategien. - Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Markenziele zu definieren, passende Strategien zu wählen, die notwendigen Schritte zur Umsetzung der Markenstrategien zu entwickeln, sowie den Erfolg der Maßnahmen zu kontrollieren. - Die Studierenden sind fähig, gemeinsam mit anderen eine Markenkonzeption zu entwickeln, kritisch zu diskutieren und gemeinsam zu sinnvollen Resultaten zu kommen. - Students are gaining profound knowledge about brand management <p><u>Vorlesungsteil Dienstleistungsmarketing:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die konstitutiven Merkmale von Dienstleistungen zur Abgrenzung von Sachgütern. - Sie verfügen über vertiefte Kenntnisse zu den strategischen und operativen Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings. - Die Studierenden sind vertraut mit den Instrumenten zur Messung und Analyse der Qualität von Dienstleistungen (u.a. SERVQUAL, Mystery Shopping, Blueprinting). - Die Studierenden sind fähig, die Besonderheiten konkreter Dienstleister zu erkennen und passende Marketingkonzeptionen zu entwickeln. - Die Studierenden können gemeinsam mit anderen das Instrumentarium des Dienstleistungsmarketings fallbezogen anwenden, kritisch diskutieren und gemeinsam zu sinnvollen Resultaten kommen. - Students are acquainted with the specifics of service marketing



	<p><u>Vorlesungsteil "B2B-Marketing"</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen grundsätzliche Besonderheiten des B2B-Marketing bzw. wesentliche Unterschiede zwischen B2B- und B2C-Märkten - Die Studierenden kennen die Grundlagen des organisationalen Beschaffungsverhaltens als Ausgangspunkt des B2B-Marketing - Die Studierenden können die Besonderheiten bei der Ausgestaltung des Marketing-Mix darstellen und diskutieren. Dabei können Sie neue Trends im B2B-Marketing, wie z.B. Künstliche Intelligenz, Big Data, Nachhaltigkeit einordnen und bei der Ausgestaltung der Marketinginstrumente berücksichtigen. - Die Studierenden kennen die wesentlichen Geschäftstypologien im B2B-Marketing mit ihren zentralen Unterschieden - Die Studierenden können geschäftstypenspezifische marketingpolitische Maßnahmen ableiten. <p>Students are acquainted with the specifics of B2B-Marketing</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Vorlesungsteil Markenmanagement:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriff und Anspruchsgruppen der Marke - Analyse der Markenstärke - Markenidentität, Markenpositionierung, Markengestaltung und Markenimage als Prozessschritte des modernen Markenmanagements - Gestaltung des Branding - Konzeption und Umsetzung von Markendehnungen, Markenallianzen und Markenportfolios - Kontrolle der Markenführung - <i>Concept and stakeholders of the brand</i> - <i>Analysis of brand strength</i> - <i>Brand identity, brand positioning, brand implementation and brand image as process steps of modern brand management</i> - <i>Design of branding</i> - <i>Conception and implementation of brand extensions, brand alliances and brand portfolios</i> - <i>Control of brand management</i> <p><u>Vorlesungsteil Dienstleistungsmarketing:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Relevanz und konstitutive Merkmale von Dienstleistungen



	<ul style="list-style-type: none"> - Psychologische und Informationsökonomische Ansätze zur Erklärung und Gestaltung des Dienstleistungsmarketings - Messung und Analyse der Dienstleistungsqualität - Marketingstrategische Besonderheiten von Dienstleistungen - Instrumentelle Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings im Hinblick auf klassische und zusätzliche Komponenten des Marketing-Mix <ul style="list-style-type: none"> - Relevance and constitutive characteristics of services - Psychological and information economic approaches to the explanation and use of service marketing - Measurement and analysis of service quality - Marketing strategic characteristics of services - Instrumental characteristics of service marketing with regard to classical and additional components of the marketing mix <p><u>Vorlesungsteil "B2B-Marketing"</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einordnung und Relevanz des B2B-Marketing - Organisationales Beschaffungsverhalten als zentrale Besonderheit des B2B-Marketing - Besonderheiten der Produkt- und Leistungs politik auf B2B-Märkten - Besonderheiten der Preispolitik auf B2B-Märkten - Besonderheiten der Kommunikations- und Markenpolitik auf B2B-Märkten - Besonderheiten der Vertriebspolitik auf B2B-Märkten - Geschäftstypenspezifisches B2B-Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Relevance and constitutive characteristics of B2B-marketing - Organizational buying behaviour - Characteristics of B2B product policy - Characteristics of B2B pricing - Characteristics of B2B communication - Characteristics of B2B sales - B2B business types <p><u>Fall-/Projektstudien Marketingkonzeptionen</u></p> <p>Die Studierenden sollen umfassend mit den aktuellen Frage-</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>stellungen des Marketings vertraut gemacht werden. Sie erstellen dazu eigenständig zu einem ausgewählten Themenbereich eine Seminararbeit, deren Ergebnisse während der Seminarsitzungen präsentiert werden. Als Themen kommen alle Aspekte des Konsumgüter-, Dienstleistungs- und Investitionsgütermarketings in Frage.</p> <p>Students will deal with current marketing issues. They will handle a selected topic on their own and write a term paper, whose results they will present during seminar hours. Thus students will acquire the ability to deal with new and complex issues, develop scientific papers and present results in front of an audience. Topics may include all aspects of consumer goods, services and capital goods marketing.</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die Inhalte sind international anwendbar, werden aber nicht in Englisch vermittelt.</p> <p>The contents are internationally applicable, but are not taught in English.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Marketingkonzeptionen</u></p> <p>Skript plus Literaturangaben, teilweise Fallstudien und Internet-Beispiele.</p> <p><u>Fall-/Projektstudien Marketing</u></p> <p>Unterlagen/Erläuterungen zur Erstellung der Seminararbeiten; ansonsten persönliche Beratung.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht Lecture - Übung Practice
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Marketingkonzeptionen Marketing Concentrations (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p> <p>Fall-/Projektstudien Marketingkonzeptionen Seminar/ Case Study Marketing Concentrations (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Marketingkonzeptionen (Schwerpunktmodul) Marketing Concentrations (Specialization Modul) (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>

Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every winter term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Gute Basis zum Anfertigen einer Marketing-Bachelorarbeit. Good basis for writing a marketing bachelor thesis.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Marktpsychologie (SPM)			
*Market Psychology (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en)	2324	Marktpsychologie Market Psychology
	Title of Course Unit	2325	Fall-/Projektstudien Marktpsychologie Seminar/ Case Study Market Psychology
Studiengang Field of studies		Wirtschaftspsychologie Business Psychology (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.39 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche Course director		Prof. Dr. Keil / Prof. Dr. Sebold	
ECTS-Punkte (Credits) Credits		15	
Umfang (SWS) Number of semester hours		10	
Status Type		Schwerpunktmodul Specialization Module/ In-Depth Study	
Dauer des Moduls Duration		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen Prerequisites		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung Conditions for admission to the examination		Fall- /Projektstudien Marktpsychologie: Teilnahme an der Lehrveranstaltung Seminar/ Case Study Market Psychology: Participation	
Modulprüfung Type of exam		- Portfolioprfung: Drei Teilleistungen, davon zwei schriftliche anwendungsorientierte, praktische Hausarbeiten von insgesamt nicht mehr als 5 Seiten pro Hausarbeit und eine schriftliche Klausur von 60 Min. Marktpsychologie Portfolio examination: Three partial performances, including two written, application-oriented, practical assignments of no more than 5 pages in total per assignment and a written exam of 60 minutes. Market Psychology	



	<ul style="list-style-type: none"> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV) Fall- /Projektstudien Marktpsychologie <i>Research / Working Paper incl. Presentation Seminar/ Case Study Market Psychology</i>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Eigenständige Identifikation relevanter qualitativer Marktforschungsthemen, eigenständige Formulierung von aktuellen und relevanten Forschungsfragen sowie selbstständige Durchführung einer kleinen qualitativen Markt-, Werbe- oder Konsumforschung, einschließlich Ergebnislegung und Ergebnispräsentation sowie Dokumentation im Rahmen einer Hausarbeit. <i>Independent identification of relevant qualitative market research topics, independent formulation of current and relevant research questions and independent implementation of a small qualitative market, advertising or consumer research project, including presentation of results and documentation as part of a term paper.</i> - Formulierung von quantitativen Forschungshypothesen im Kontext der Marktforschung. Entwicklung und Digitalisierung eines vollstrukturierten Fragebogens unter Einbeziehung relevanter soziodemografischer Variablen. Anwendung deskriptiver und inferenzstatistischer Verfahren zur Datenanalyse sowie Interpretation der Ergebnisse. Aufbereitung und Präsentation der Forschungsergebnisse unter Verwendung geeigneter grafischer und statistischer Darstellungsmethoden. <i>Identification of quantitative research hypotheses in the context of market research. Development of a structured questionnaire, including relevant sociodemographic variables. Application of descriptive and inferential statistical methods for data analysis as well as interpretation of the results. Presentation of research findings using appropriate graphical methods.</i>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die qualitative Forschung sowie die qualitative, kommerzielle Marktforschung, historische Entwicklung und Funktionen der qualitativen Forschung, Forschungsmethoden, Forschungsinstrumente, Fragetechniken, Ergebnislegung <i>Introduction to qualitative research and qualitative commercial market research, historical development and functions of qualitative research, research methods, research instruments, questioning techniques, presentation of results.</i>



	<p>- Grundlagen der quantitativen Umfrageforschung mit besonderem Fokus auf d. Fragebogenkonstruktion, insbesondere der Operationalisierung von latenten Variablen (Einstellungen, Meinungen und andere subjektive Urteile) sowie potentiellen Antwortverzerrungen. Auswahl, Durchführung und Präsentation angemessener statistischer Tests zur Überprüfung der Forschungshypothesen sowie Zusammenfassung Visualisierung und Darstellung von soziodemografischen Daten.</p> <p><i>Introduction to quantitative survey research with a focus on questionnaire development, operationalization of latent variables (attitudes, opinions, and other subjective judgments), knowledge of potential response biases. Selection and application of appropriate statistical tests for hypothesis testing, as well as summarization and visualization of sociodemographic data.</i></p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Das Modul findet in deutscher Sprache statt</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Kuß, A., Wildner, R., & Kreis, H. (2018). Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse. Wiesbaden: Springer-Gabler.</p> <p>Mayring, P. (2002): Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.</p> <p>Mey & Mruck (2010): Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Neumann, P. (2013). Handbuch der Markt- und Werbepsychologie. Bern: Verlag Hans Huber.</p> <p>Neumann, P. (2013). Handbuch der Psychologischen Marktforschung. Bern: Verlag Hans Huber.</p> <p>Reichert, J. (2003): Die Abduktion in der qualitativen Sozialforschung. Wiesbaden, Springer VZ.</p> <p>Rosenstiel, L. v. & Frey, D. (2007). Marktpsychologie. Enzyklopädie der Psychologie. D/III/Band 5. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Schoen, M. (2006): Consumer Insights. Norderstedt: BOD.</p> <p>Döring und Bortz (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften</p> <p>Andy Field (2012): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften</p>

Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Marktpsychologie <i>Market Psychology</i> (6 SWS) / (9 ECTS) (Workload 270h, Kontaktzeit: 90h, Selbststudium: 180h) Fall-/Projektstudien Market Psychologie <i>Seminar/ Case Study Market Psychology</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (Workload 180h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Mo- duls <i>Workload</i>	Marktpsychologie (Schwerpunktmodul) <i>Market Psychology (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h, Kontaktzeit: 150h, Selbststudium: 300h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summerterm</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	In dem Modul werden Kompetenzen zum eigenständigen qualitativen und quantitativen Forschen erworben und angewendet. Das Modul vermittelt somit wichtige Grundlagen für das erfolgreiche Verfassen und Erstellen einer empirischen Bachelor-Thesis im Studiengang Wirtschaftspsychologie. <i>In this module, students acquire and apply skills for independent qualitative and quantitative research. The module thus provides important foundations for the successful writing and preparation of a Bachelor's thesis in the Business Psychology degree program.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis (SPM)			
*Medium-sized business management in corporate practice (Spec. Mod.)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2237	Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis <i>Medium-sized business management in corporate practice</i>
		2238	Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis <i>Seminar / Case Study Medium-sized business management in corporate practice</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.40 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Bertels / Prof. Dr. Schädlich / Prof. Dr. Seidel	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module / In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS <i>90 ECTS</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar / Case Study Medium-sized business management in corporate practice: Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		- 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis <i>Written exam (120 min)</i>	



	<p>Medium-sized business management in corporate practice</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zusätzliche freiwillige Bonusleistung (i.S.v. §14 APO): Erfolgreiche Bearbeitung von mindestens vier Aufgaben ohne Präsentation Additional voluntary bonus achievement (as defined in §14 APO): Successful completion of at least four tasks without presentation - 1 Studienarbeit mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis Research / Working paper Seminar / Case Study Medium-sized business management in corporate practice
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen Objectives</p>	<p><u>Teil Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis</u></p> <p>Studierende verstehen die volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung von kleinen und mittleren Unternehmen für Deutschland und die Spezifika einzelner Teilaktivitäten der Wertschöpfungskette in diesem Segment. Ziel ist es, spezielle Managementkonzepte für kleine und mittelgroße Unternehmen abzuleiten. Dabei werden sowohl die Gründung eines Unternehmens, als auch die unterschiedlichen Wachstumsstrategien und Phasen behandelt. Ebenso beherrschen Studierende Instrumente für den Umgang mit Krisen und den Aufbau von Controlling und Managementsystemen. Studierende kennen zudem die Strategien und Herausforderungen der Unternehmensnachfolge. Darüber hinaus verstehen Studierende unter Einsatz von Fallstudien das Konzept des Customer Relationship Management, das als Grundlage sämtlicher Vertriebstätigkeiten von mittelständischen Unternehmen angesehen werden kann. Zudem wissen Studierende, wie mit einem digitalen CRM-Tool gearbeitet wird und wie aus diesem Tool relevante Kundendaten herausgezogen werden können.</p> <p><u>Teil Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis</u></p> <p>Der Studierende ist in der Lage, ein aktuelles Problem aus dem Bereich des Managements kleiner und mittlerer Unternehmer selbständig und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden darzustellen und anhand eigener Kriterien systematisch zu bewerten. Dabei können Themen aus den unterschiedlichen Bereichen des Lebens-</p>



	<p>zyklus gewählt werden Unternehmensgründung / Entrepreneurship, Wachstumsphase des Unternehmens, Krisen- und Turnaround-Management, sowie Unternehmensnachfolge und Übergabe. In diesem Bereich können wissenschaftliche Arbeiten sowie praktische Projektarbeiten z.B. zur Business Model Planung, Wachstumsstrategien (Neuproduktentwicklung, Internationalisierung, Wachstumsfinanzierung, ...) oder der Unternehmensnachfolge bearbeitet werden.</p> <p>Medium-sized business management in corporate practice Students understand the relevance of SMEs for the German economy as well as the specific chances and challenges related to SMEs' value chain. Goal of the course is developing a SME-tailored management approach. Students learn about the full lifecycle of SMEs from their initiation, through their growth and potentially turnaround phases to business succession.</p> <p>Seminar / Case Study Medium-sized business management in corporate practice Students are able to present and systematically assess a current issue in management of small and medium-sized enterprises by applying scientific methods.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p><u>Teil Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Unterschiede zwischen KMU und Großunternehmen - Methoden für die Gründung, das Wachstum und die Übergabe (Verkauf oder Nachfolge) von KMUs - Ideenvalidierung (empirische) - Marktanalyse - Product-Market-Fit - Experimentell, iterative Geschäftsmodellentwicklung - Aufbau von Controlling und Managementsystemen in KMU - Finanzierung von KMU - Digitale Transformation in KMU - Turnaround- und Krisenmanagement - Analytisches und operatives Customer Relationship Management <p><u>Teil Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis</u></p> <p>Es werden aktuelle Themen aus den folgenden Bereichen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensgründung

	<ul style="list-style-type: none"> - Wachstumsstrategien für KMU - Turnaround- und Krisenmanagement - Unternehmensnachfolge - Customer Relationship Management <p>Medium-sized business management in corporate practice</p> <ul style="list-style-type: none"> - Differences between SMEs and big corporations - Methods and tools for starting, growing and divesting SMEs - Idea validation (empirical) - Market analysis - Product-Market-Fit - Experimental, iterative Business Model development - How to set up controlling and management systems for SMEs - SME financing - Digital transformation in SMEs - Turnaround and crisis management - Customer Relationship Management <p>Seminar / Case Study Medium-sized business management in corporate practice</p> <p>Current topics from the following subject areas (e.g.):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrepreneurship - SME growth strategies - Turnaround and crisis management - Business succession - Customer Relationship Management
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die Strategien des exportstarken deutschen Mittelstandes werden verstärkt grenzüberschreitend. Die erworbenen Kenntnisse sind grundlegende Fertigkeiten, die in einem internationalen, akademischen bzw. beruflichen Umfeld adäquat angewandt werden können.</p> <p>German SME act globally. The skills learned throughout this course will enable students to act confident in an international environment.</p>
<p>Lehrmaterialien Bibliography</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungsbegleitendes Skript (Slide-Form) - Case Studies, Online Videos und aktuelle Artikel - Becker, W. / Ulrich, P. (2018): Mittelstandsmanagement: Konzepte im internationalen Vergleich (Management und Controlling im Mittelstand)

	<ul style="list-style-type: none"> - Gassmann, O. / Frankenberger, K. / Csik, M. (2015): The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business - Haubold, A.-K. / Gonschorek, T. / Gestring, I. / Sonntag, R. / von der Weth, R. (2014): Managementkompetenz im Mittelstand - Klippstein, G. / Merk, R. / Wittberg, V. (2006): Praxishandbuch des Mittelstands - Kreuzer, R. (2020): Kundendialog online und offline - Kumar, V./Reinartz, W. (2018): Customer Relationship Management: concept, strategy and tools - Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers - Pearce, M. (2021): Customer relationship management how to develop and execute a CRM strategy - Ries, E. (2011): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses - Schmidt-Gundram, R. (2016): Controlling-Praxis im Mittelstand - Stadelmann, M./Pufahl, M./Laux, D. (2020): CRM goes digital
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht Lecture - Übung Practice
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	<p>Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis Medium-sized business management in corporate practice (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Kontaktzeit: 45h, Selbststudium: 225h)</p> <p>Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis Seminar / Case Study Medium-sized business management in corporate practice (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Kontaktzeit: 30h, Selbststudium 150h)</p>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	<p>Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis (Schwerpunktmodul) Medium-sized business management in corporate practice (Spezialisationsmodul) (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Kontaktzeit: 75h, Selbststudium 375h)</p>

Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr entweder im Sommersemester. Every summer term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Studierenden erhalten berufsqualifizierende Kenntnisse. Students are equipped with the skills necessary to start a small company or to improve and manage a mid-sized company.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie (SPM)			
*Sustainable Value Chains and Digital Economy			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3743	Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie <i>Sustainable Value Chains and Digital Economy</i>
		3744	Fall- und Projektstudien Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie <i>Seminar / Case Study Sustainable Value Chains and Digital Economy</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc) (1.41 WIPSY – B.Sc. SPO 12!“)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Alm / Prof. Dr. Hofmann / Prof. Dr. Reuter	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module / In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine spezifischen – Voraussetzungen für die Teilnahme nach jeweiliger SPO <i>None</i> Fall- und Projektstudien Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar / Case Study Sustainable Value Chains and Digital Economy Participation</i>	



<p>Modulprüfung <i>Type of exam</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - schriftliche Prüfung (120 Minuten): Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie <i>Written Examination (120 min): Sustainable Value Chains and Digital Economy</i> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall- und Projektstudien Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie: <i>Research / Working Paper and Presentation: Seminar / Case Study Sustainable Value Chains and Digital Economy</i>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Im Studienschwerpunkt „Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie“ erwerben die Studierenden, aufbauend auf dem Wissen aus dem Basisstudium, vertiefte Kenntnisse und Fähigkeiten über die wesentlichen volkswirtschaftlichen und technischen Aspekte der Digitalen Ökonomie. Weiterhin erhalten die Studierenden Kenntnisse über die Hintergründe und Motivation von Organisationen, die Wertschöpfung in Ketten bzw. Netzwerken global verteilt zu organisieren. Darauf aufbauend werden die Notwendigkeit zur nachhaltigeren Gestaltung dieser Lieferketten und die damit einhergehenden Herausforderungen sowie Lösungsansätze betrachtet. Im Umfeld werden die erforderlichen Kenntnisse zur Modellierung der dafür erforderlichen Prozesse vermittelt. Die Studierenden erwerben Fähigkeiten, einschlägige Praxis-orientierte Problemstellungen selbständig zu lösen und hierfür wissenschaftliche Methoden anzuwenden und einzusetzen. Die Arbeit kann in Teams und individuell eigenständig bearbeitet werden. Die Studierenden sind in der Lage, das erarbeitete Wissen anhand von praxisbezogenen Problemen selbständig in den genannten Projekten sowie einer Online-Simulation, wie „The Fresh Connection“, anzuwenden.</p> <p><i>In the specialization module "Sustainable Value Chains and Digital Economy", the students acquire, building on the knowledge from the basic course, in-depth knowledge and skills about the essential economic and technical aspects of the digital economy. Furthermore, the students gain knowledge about the background and motivation of organizations to organize the value creation in chains or networks distributed globally. Building on this, the need to make these supply chains more sustainable and the associated challenges and solutions are considered. In the context of strategic process management, the knowledge required to model the processes required for this is</i></p>

	<p>taught in a structured manner. The students acquire skills to independently solve relevant practice-oriented problems and to apply and use scientific methods for this purpose. The work can be done in teams and individually independently. The students are able to independently apply the knowledge they have acquired to practice-related problems in the projects mentioned and in an online simulation such as "The Fresh Connection".</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>1. Prozess Management (2 SWS) – Prof. Dr. Alm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation und formaler Prozessbegriff - Methoden für das Prozessmanagement - Tools und Techniken für die Geschäftsprozessmodellierung (EPK, BPMN 2.0) - Digitalisierung von Geschäftsprozessen - Case Studies zu Tools und Techniken für die Geschäftsprozessmodellierung <p>2a) Digitale Ökonomie (2 SWS) – Prof. Dr. Hofmann</p> <p>2b) dazu: Fall-/Projektstudien (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Historie und Makroökonomie u - Taxonomie der Digitalen Wirtschaft - Wandel der Arbeitswelt - Soziale und ethische Fragen, Nachhaltigkeit - Die Studierenden bearbeiten einen „Real Case“ aus einem Problemkontext heraus; vorzugsweise in Kooperation mit einem im Metier entsprechend ausgewiesenen Praxispartner. <p>3a) Nachhaltige Lieferketten (2 SWS) – Prof. Dr. Reuter</p> <p>3b) dazu: Fall-/Projektstudien (2 SWS)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erreichen des „Strategic Fit“ von Lieferketten- und Unternehmensstrategie - Koordination von Akteuren in globalen Lieferketten - Herausforderungen und Lösungsansätze zur nachhaltigen Gestaltung von Lieferketten (z.B. Code of Conduct, Risikomanagement, SC Transparency, Life Cycle Assessment) - Online-Simulation „The Fresh Connection <p>Profound knowledge and expertise will be provided, according to the following list of topics:</p> <p>1) Process Management (2 SWS) – Prof. Dr. Alm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation and formal processes - Methods for business process management



	<ul style="list-style-type: none"> - Tools and technology for business process management (EPK, BPMN 2.0) - Digitalisation of business processes - Case studies for tools and techniques for Process modelling <p>2a) Digital Economy (2 SWS) – Prof. Hofmann 2b) Case Study: Digital Economy (2 SWS) – Prof. Dr. Hofmann</p> <ul style="list-style-type: none"> - History, Macro-economics and taxonomy of the Digital Economy - Internet Service Provision and Data Centers - E-Commerce - New Work - Internet-based Crime - Social and ethical questions, sustainability - The students work on a „Real Case“, which is coined by an problem context. The case study will preferably be performed in co-operation with a well-reputed partner, acting as a client for the students’ work. <p>3a) Sustainable Value Chains (2 SWS) – Prof. Dr. Reuter 3b) Case Study: Sustainable Value Chains (2 SWS) – Prof. Dr. Reuter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Achieving the "strategic fit" of supply chain and business strategy - Coordination of actors in global supply chains - Challenges and approaches to sustainable supply chain management (e.g. Code of Conduct, Risk Management, SC Transparency, Life Cycle Assessment) - Online simulation "The" Fresh Connection
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Zum einen ist der Lehrgegenstand im Schwerpunkt Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie <i>per se</i> ein internationaler, da eine "nationale" Strategie für Nachhaltige Lieferketten, Digitale Ökonomie und Prozessmanagement langfristig nicht zielführend ist.</p> <p><i>On the one hand, the subject matter in the focus on Sustainable Supply Chains and Digital Economy is per se an international one, as a "national" strategy for Sustainable Supply Chains, Digital Economy, and Process Management does not achieve its goals in the long term.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gadatsch, A, „Geschäftsprozess-Management“, Wiesbaden, 2005

	<ul style="list-style-type: none"> - Seidlmeier, H, „Prozessmodellierung mit ARIS“, Wiesbaden, 2002 - Hofmann, J und Schmidt, W, „IT-Management“, Wiesbaden, 2007 - Chopra, Sunil; Meindl, Peter (2016): Supply Chain Management. - Werner, Hartmut (2017): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling <p>For the time being, there is no “established text book” in the field of the Digital Economy. As a relevant source, we may regard the archive of the dotmagazine. https://www.dotmagazine.online/issues</p> <p>More literature, however, will be provided, according to the cases which will be handled in the seminar and lecture</p> <p><u>Fall-/Projektstudien Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie</u></p> <p>In diesem Seminar werden wechselnde Themenstellungen zu den LVs behandelt – die Literatur wird jeweils aktuell und situativ bedingt angegeben.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie: <i>Sustainable Value Chains and Digital Economy</i> (6 SWS) / (9 ECTS) (Workload 270h, Kontaktzeit: 90h, Selbststudium: 180h)</p> <p>Fall- und Projektstudien Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie: <i>Seminar/ Case Study Sustainable Value Chains and Digital Economy</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (Workload 180h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Nachhaltige Wertschöpfungsketten und Digitale Ökonomie: (Schwerpunktmodul) <i>Sustainable Value Chains and Digital Economy</i></p>

	(Specialization Modul) (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h, Kontaktzeit: 150h, Selbststudium: 300h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. Every summer term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Die Studierenden erhalten berufsqualifizierende Kenntnisse. a) Unternehmensberatung - Prozessberatung - Strategieberatung - Organisationsberatung b) Einkauf, Logistik, Produktion, Qualitätsmanagement - Supply Chain Prozesse - Strategieabteilung - Projekt- oder Programm-Management c) Selbstständigkeit d) andere Berufsbilder
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Personalpsychologie (SPM)			
*Personnel Psychology (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) Title of Course Unit		Personaldiagnostik, Personalentwicklung und aktuelle Herausforderungen der Personalpsychologie HR Diagnostics, HR Development and Current Challenges in Personnel Psychology
		2328	Fall-/Projektstudien Personalpsychologie Seminar/ Case Study Personnel Psychology
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.42 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Kotte	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall- /Projektstudien Personalpsychologie: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Personnel Psychology:</i> <i>Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		- 1 Portfolioprüfung/ <i>Portfolio exam</i> Vorlesung Personaldiagnostik, Personalentwicklung und aktuelle Herausforderungen der Personalpsychologie	

	<p>HR Diagnostics, HR Development and Current Challenges in Personnel Psychology</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (60 Min.), 1 Written Exam (60 min.) - Projektarbeit 1: Eigene kleine Datenerhebung und -auswertung zu einem personalpsychologischen Thema Project Work 1: Own small-scale data collection and analysis on a personnel psychology topic - Projektarbeit 2: Auseinandersetzung mit und kompakte Darstellung einer empirischen Studie mit personalpsychologischer Fragestellung Project Work 2: Analysis and compact written presentation of an empirical study investigating a personnel psychology question
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p>Studierende haben einen Überblick über die wichtigsten Fragen und Themen der Personalpsychologie.</p> <p>Sie kennen zentrale psychologische Theorien und empirische Befunde, die relevant sind für das Human Resource Management, insbesondere für die Personaldiagnostik, die Personalentwicklung und die Herausforderungen, die sich aus der Transformation der Arbeitswelt ergeben.</p> <p>Sie können mit Hilfe dieser Theorien und Befunde Praxisfälle analysieren und Optimierungsvorschläge entwickeln. Sie sind in der Lage, Ansätze für personalpsychologische Instrumente und Interventionen evidenzbasiert zu entwickeln, zu überprüfen und/oder zu optimieren.</p> <p>Sie haben erste Erfahrung mit der qualitativen und/oder quantitativen Erhebung und Auswertung eigener Daten gesammelt.</p> <p>Students have an overview of the most important questions and topics in personnel psychology.</p> <p>They know central psychological theories and empirical findings that are relevant for human resource (HR) management, especially for HR diagnostics, HR development and the challenges arising from the transformation of the world of work.</p> <p>They are able to analyze practical cases with the help of these theories and findings and develop suggestions for optimization. They are able to develop, review and/or optimize evidence-based concepts for instruments and interventions in personnel psychology.</p>

	<p>They have gained initial experience with the collection and analysis of qualitative and/or quantitative data.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Systematische Einordnung von Personaldiagnostik und -entwicklung in das Human Resource Management - Überblick über Verfahren der Personaldiagnostik und -auswahl, deren Einsatzmöglichkeiten, Vor- und Nachteile, empirische Evidenz und Entwicklungen im Rahmen von Digitalisierung und KI - Überblick über Instrumente und Prozesse der Personalentwicklung, deren Einsatzmöglichkeiten, Vor- und Nachteile, empirische Evidenz und Entwicklungen im Rahmen von Digitalisierung und KI - Prozesszyklus von der Konzeption bis zur systematischen Evaluation personalpsychologischer Maßnahmen - Analyse aktueller Herausforderungen sich wandelnder Arbeitswelten aus personalpsychologischer Perspektive (z.B. Teleworking, Mitarbeiterbindung oder Agilität) - Positioning of HR diagnostics and HR development within the broader context of Human Resource Management - Overview of methods of HR diagnostics and selection, their possible uses, advantages and disadvantages, empirical evidence and developments in the context of digitalization and AI - Overview of instruments and processes of HR development, their possible uses, advantages and disadvantages, empirical evidence and developments in the context of digitalization and AI - Process cycle from the design to the evaluation of instruments and interventions in personnel psychology <p>Analysis of current challenges of changing working environments from a personnel psychological perspective (e.g., teleworking, employee retention or agility)</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die Inhalte sind international anwendbar, werden aber nicht in Englisch vermittelt.</p> <p>The contents are internationally applicable, but are not taught in English.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Kauffeld, S. (Hrsg.) (2019). <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor</i> (3. Aufl.). Springer</p> <p>Nerdinger, F. W., Blicke, G. & Schaper, N. (2019) (Hrsg.). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i> (4. Aufl.). Springer</p>

	Schuler, H. & Kanning, U.P. (2014) (Hrsg.). <i>Lehrbuch der Personalpsychologie</i> (3. Aufl.). Hogrefe.
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	<p>Personaldiagnostik, Personalentwicklung und aktuelle Herausforderungen der Personalpsychologie <i>HR Diagnostics, HR Development and Current Challenges in Personnel Psychology</i> (6 SWS) / (9/15 ECTS) (Workload 270h; Kontaktzeit: 90h, Selbststudium: 180h)</p> <p>Fall-/Projektstudien Personalpsychologie <i>Seminar/ Case Study Personnel Psychology</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h)</p>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	<p>Personalpsychologie (Schwerpunktmodul) <i>Personnel Psychology (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h, Kontaktzeit: 150h, Selbststudium: 300h)</p>
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i></p> <p>Startet ab Wintersemester 2024/25 <i>Starts winter term 2024/25</i></p>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

Rechtsfragen des Personalmanagements (SPM)			
*Law of Human Resources Management (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2704	Personalwirtschaft <i>Human Resources Management</i>
		2705	Rechtsfragen des Personalwesens <i>Law of Human Resources Management</i>
		2706	Fall-/Projektstudien Personalmanagement <i>Seminar/ Case Study Human Resources Management</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.43 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Hirdina / Prof. Dr. Achenbach	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		12	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i> Fall- und Projektstudien Personalmanagement: Teilnahme an der Lehrveranstaltung <i>Seminar/ Case Study Human Resources Management: Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		- 1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Personalwirtschaft <i>Written Exam (90 min.)</i> <i>Human Resources Management</i>	



	<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (120 Minuten): Rechtsfragen des Personalwesens Written Exam (120 min.) Law of Human Resources Management - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall- und Projektstudien Personalmanagement Research / Working Paper incl. Presentation Seminar/ Case Study Human Resources Management
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen Objectives</p>	<p><u><i>Personalwirtschaft</i></u></p> <p>Aufbauend auf im Basisstudium erworbenen Kompetenzen in der Personalführung haben die Studierenden vertiefte Fächer übergreifende Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Beurteilung der strategischen Relevanz von Humanressourcen, deren Bewertung und Bewirtschaftung. Sie beherrschen die Anwendung moderner Methoden des Rekrutings und Developments ebenso wie Verfahren des Employer Brandings und des Personalcontrollings. Sie sind insofern befähigt, praktische Herausforderungen des Human Resources Management in ihren Unternehmen oder zukünftigem Beruf als Personalmanager selbständig zu meistern und ein Unternehmen erfolgreich durch die notwendigen Veränderungsprozesse unter Einsatz geeigneter personalpolitischer Instrumente zu führen.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten sich diese Fähigkeit in Teams durch Diskussionen und Übungen. Sie reflektieren die Herausforderungen und beherrschen es, mit anderen Studierenden einvernehmliche und geeignete Lösungsstrategien zu entwickeln.</p> <p>Students are aware of the strategic relevance of HR management</p> <p><u><i>Rechtsfragen des Personalwesens</i></u></p> <p>Die Studierenden können die wichtigsten Rechtsaspekte für die Arbeit im Personalwesen umfassend benennen wie relevante Rechtsaspekte für das Einstellungsverfahren, für die Arbeitsunfähigkeit, für das Urlaubsrecht, für die Entlohnung, für die Kündigung, den Aufhebungsvertrag, für das Arbeitszeugnis, für Betriebsvereinbarungen und Tarifverträge. Die Teilnehmenden kennen die Grundzüge des Prozessrechts. Die Teilnehmenden kennen die vorgenannten rechtlichen Aspekte in ihrer Tiefe einschließlich der aktuellen Rechtsprechung.</p>

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, ohne Rechtsfehler Einstellungsgespräche zu führen, Arbeits- und Aufhebungsverträge zu schließen, Abmahnungen und Kündigungen auszusprechen, Arbeitszeugnisse zu schreiben, die notwendige Betriebsratsbeteiligung zu erkennen und durchzuführen und das Tarifrecht sicher anzuwenden. Die Teilnehmenden sind fähig, auch komplexe individual- und kollektivarbeitsrechtliche Problemstellungen zu lösen.</p> <p>Die Studierenden können zusammen mit anderen Rechtsfragen aus der Personalarbeit einer tragfähigen Lösung für die Praxis zuführen. Sie können unter Einbindung anderer soziale Gegenpositionen, die personalrechtlichen Fragestellungen wesensimmanent sind, ausgleichen und der Akzeptanz der Beteiligten zuführen.</p> <p>Die Studierenden können selbständig personalrechtliche Fragestellungen bearbeiten, entscheiden und auch in der Praxis vertreten. Sie können auf Arbeitgeberseite in erster Instanz vor dem Arbeitsgericht einen arbeitsrechtlichen Fall vertreten.</p> <p>Students are gaining deep knowledge of HR management related legal questions</p> <p><i>Fall- und Projektstudien Personalmanagement</i></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, auf wissenschaftlicher Basis vorlesungsbegleitend wahlweise zu einer personalwirtschaftlichen oder personalrechtlichen Fragestellung eine fundierte Lösung auszuarbeiten. Die Studierenden beherrschen die wissenschaftliche Ausarbeitung der Lösung für die Problemstellung ansprechender Schriftform und verstehen es, die wissenschaftliche Ausarbeitung vor einem Plenum professionell zu präsentieren.</p> <p>Seminar and case studies HR management</p>
<p>Lerninhalte Content</p>	<p><i>Personalwirtschaft</i></p> <p>Personalplanung, -beschaffung und -marketing (und Employer Branding), Personalentwicklung, -beurteilung, -controlling, -entgelt und Mitarbeitermotivation.</p> <p>HR marketing, motivation of employees</p> <p><i>Rechtsfragen des Personalwesens</i></p>



	<p>Individualarbeitsrecht, Betriebsverfassungsrecht, Tarifrecht, Arbeitsgerichtsverfahren, Arbeitsrechtliche Bezüge des Sozialversicherungsrechts.</p> <p>Collective bargaining law,</p> <p><i><u>Fall- und Projektstudien Personalmanagement</u></i></p> <p>Rechtsfragen des Personalmanagements: Aktuelle Fragestellungen, Fallstudien.</p> <p>Strategisches Personalmanagement; Aktuelle Fragestellungen des Personalmanagements</p> <p>Incentive-Systeme, Recruiting, Development, Diversity, HR marketing</p>
<p>Internationalität International applicability</p>	<p><i><u>Personalwirtschaft</u></i></p> <p>Internationale Aspekte der Personalführung qualifizieren die Studierenden für einen internationalen Einsatz.</p> <p><i><u>Rechtsfragen des Personalwesens</u></i></p> <p>Die Studierenden erfahren, dass in einem global agierenden Unternehmen unterschiedliche Rechtsordnungen für das Personalmanagement zu beachten sind. Das Umgehen mit fremden Rechtsordnungen wird geübt und damit das Problembewusstsein für die internationale Arbeit geschärft.</p> <p><i><u>Fall- und Projektstudien Personalmanagement</u></i></p> <p>Das Seminar greift aktuelle nationale wie internationale Aspekte der Personalwirtschaft und damit zusammenhängende Rechtsaspekte auf, um die Studierenden auch für einen internationalen Einsatz zu qualifizieren.</p> <p>Human Resources Management</p> <p>International aspects of human resources management qualify students for an international assignment.</p> <p>Legal issues in human resources management</p> <p>The students learn that in a globally operating company, different legal systems must be observed for personnel management. Dealing with foreign legal systems is practised and thus the problem awareness for international work is sharpened.</p>

	<p>Case and project studies in human resource management</p> <p>The seminar deals with current national and international aspects of human resources management and related legal aspects in order to qualify students for an international assignment.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hirdina, Arbeitsrecht, 5. Auflage, Nomos Verlag - Rolfs/ Giesen/ Kreikebohm/ Udsching, Beck'scher Online-Kommentar zum Arbeitsrecht - Rolfs/ Geisen/ Kreikebohm/ Udsching, Beck'scher Online-Kommentar zum Sozialrecht - Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht - Hauck/ Helml, Beck'scher Online-Kommentar zum Arbeitsgerichtsgesetz - Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht (NZA) - Küttner, Personalbuch - Achenbach, Personalmanagement für Führungs- und Fachkräfte, Wiesbaden 2003 - Schuler/Jackson, Strategic Human Resource Management, 2nd. Ed., Wiley 2006
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> - Übung <i>Practice</i>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Personalwirtschaft <i>Human Resources Management</i> (2 SWS) / (3/15 ECTS) (Workload 90h, Kontaktzeit: 30h, Selbststudium: 60h)</p> <p>Recht des Personalwesens <i>Law of Human Resources Management</i> (4 SWS) / 6/15 ECTS) (Workload 180h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h)</p> <p>Fall-/ Projektstudien Personalmanagement <i>Seminar/ Case Study Human Resources Management</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h, Kontaktzeit: 60h, Selbststudium: 120h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Rechtsfragen des Personalmanagements (Schwerpunktmodul) <i>Law of Human Resources Management</i> (Specialization Modul)</p>



	(10 SWS) / 15 ECTS) (Workload 450h, Kontaktzeit: 150h, Selbststudium: 300h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. Every summer term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i>	Den Studierenden werden berufsqualifizierendes Wissen und Methoden für die Personalarbeit vermittelt. Die erfolgreiche Teilnahme am Modul befähigt zur praktischen Personalarbeit. The students are taught professional knowledge and methods for personnel work. Successful participation in the module qualifies students for practical personnel work.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Restrukturierung und Insolvenz (SPM)			
*Restructuring and Insolvency (Specialization Modul)			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	3718	Restrukturierung <i>Restructuring</i>
		3719	Insolvenzrecht <i>Insolvency Law</i>
		3720	Fall-/Projektstudien Restrukturierung und Insolvenz <i>Seminar/ Case Study Restructuring and Insolvency</i>
Studiengang <i>Field of studies</i>		Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> (Bachelor of Science/ B.Sc.) (1.44 WiPsy – B.Sc. – SPO 12)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Schädlich / Prof. Dr. Seidel	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		10	
Status <i>Type</i>		Schwerpunktmodul <i>Specialization Module/ In-Depth Study</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		90 ECTS Empfehlung: Buchführung, Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Finanz- und Investitionswirtschaft, studien-gangsbezogene Rechtskenntnisse <i>Commendation: Balance Sheet Operations, Financial Accounting, Finance and Investment an Knowledg in Law should be passed</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung		Keine <i>None</i> Fall- und Projektstudien Sanierungs- und Insolvenzmanagement: Teilnahme an der Lehrveranstaltung	



<p><i>Conditions for admission to the examination</i></p>	<p>Seminar/ Case Study Corporate Restructuring and Insolvency Management: Participation</p>
<p>Modulprüfung <i>Type of exam</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Restrukturierung <i>Written Exam (90 min.)</i> <i>Restructuring</i> - 1 schriftliche Prüfung (90 Minuten): Insolvenzrecht <i>Written Exam (90 min.)</i> <i>Insolvency Law</i> - 1 StA mit mdl. Präsentation (TN=ZV): Fall- und Projektstudien Restrukturierung und Insolvenz <i>Research / Working Paper incl. Presentation</i> <i>Seminar/ Case Study Restructuring and Insolvency</i>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Objectives</i></p>	<p><u><i>Unternehmenssanierung</i></u></p> <p>Die Studierenden verfügen über vertiefte betriebswirtschaftliche und rechtliche Kenntnisse im Bereich der Unternehmenssanierung sowie der Bewältigung von Unternehmenskrisen.</p> <p>Sie sind in der Lage, Krisensituationen von Unternehmen zu erkennen, zu analysieren und zutreffend zu beurteilen. Dafür besitzen sie auch vertiefte Kenntnisse der Insolvenzantragsgründe.</p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegend geeigneten Maßnahmen zur Krisenbewältigung vor und in der Insolvenz mit ihren Vor- und Nachteilen, zudem können sie auch die Konsequenzen der Umsetzung abschätzen.</p> <p>Die Studierenden sind speziell in der Lage, den Aufbau und den Inhalt eines Sanierungskonzepts nach IDW S 6 zu beschreiben und ein solches auch selbst unter Beachtung rechtlicher Rahmenbedingungen zu erstellen.</p> <p>Bei der Ableitung einer geeigneten Sanierungsstrategie berücksichtigt er wie in IDW S 6 gefordert die Digitalisierung. Zudem können die Studierenden geeignete leistungs- und finanzwirtschaftliche Sanierungsmaßnahmen basierend auf einer Krisenursachenanalyse unter Beachtung rechtlicher Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Digitalisierung ableiten. Die Studierenden sind zudem in der Lage, eine Integrierte Sanierungsplanung zu erstellen und dafür geeignete Softwarelösungen einzusetzen.</p>



	<p>Die Studierenden können die einzelnen Phasen einer Sanierung mit ihren Herausforderungen, die verschiedenen Träger des Sanierungsmanagements und das Stakeholdermanagement erläutern. Sie verfügen zudem über Kenntnisse der Krisenkommunikation.</p> <p>Die Studierenden schätzen das Haftungsrisiko in der jeweiligen Situation richtig ein und treffen erfolgreiche Maßnahmen zur Vermeidung der eigenen Haftung.</p> <p><u>Corporate Restructuring</u></p> <p>The students have in-depth business and legal knowledge in the field of corporate restructuring and the management of corporate crises.</p> <p>They are able to recognize, analyze and accurately assess crisis situations in companies. They also have in-depth knowledge of the reasons for filing for bankruptcy.</p> <p>The students know the fundamentally suitable options for crisis management before and during insolvency, with their advantages and disadvantages, and can also assess the consequences of their implementation.</p> <p>The students are specifically able to describe the structure and content of a restructuring concept according to IDW S 6 and to create such a concept himself, under consideration of legal framework.</p> <p>When deriving a suitable restructuring strategy, they take digitalization into account, as required in IDW S 6. In addition, the students can derive appropriate performance and financial restructuring measure based on an analysis of the causes of the crisis, taking into account the legal framework and digitalization options. The students are also able to create an integrated financial planing and to use suitable software solutions for it.</p> <p>The students can explain the individual phases of a restructuring project with their challenges and why stakeholder management is so essential. Additional they know the people involved in the restructuring project with their range of service. They also have knowledge of crisis communication.</p> <p>The students correctly assess the liability risk in the respective situation and take successful actions to avoid their own liability.</p> <p><u>Insolvenzrecht</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundzüge des Insolvenzrechts und die sich daraus ergebenden praxisrelevanten Problemstellungen.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p>Sie sind in der Lage, zu einer konkreten Aufgabenstellung die rechtlichen Schwerpunkte zu ermitteln, den Fall korrekt zu beurteilen und einer Lösung zuzuführen, die mit einer konkreten Entscheidung / einem konkreten Entscheidungsvorschlag abschließt. Anhand konkreter Einzelfälle analysieren und beurteilen die Studierenden korrekt das Bestehen von Aus- und Absonderungsrechten an Massegegenständen und die Zulässigkeit der Aufrechnung. Sie können eine Forderung zur Insolvenztafel anmelden und ihre Rechte als Gläubiger in einem Insolvenzverfahren wahrnehmen. Anfechtungsrisiken werden von ihnen zutreffend beurteilt und sie erkennen im Vorfeld Möglichkeiten, diese zu vermeiden.</p> <p>Students are aware of the basics of insolvency law and the issues thereof</p> <p><u>Fall- und Projektstudien</u></p> <p>Die Studierenden stellen ihre Entscheidung / ihren Entscheidungsvorschlag zu vorgegebenen Unternehmenssituationen in der Gruppe dar und reagieren fachkundig und angemessen auf andere Lösungsvorschläge. Sie setzen sich mit den geäußerten Meinungen auseinander und können diese im Rahmen der Falllösung einordnen und ggfls. berücksichtigen.</p> <p>In der Praxis können die Studierenden auf die unterschiedlichen Optionen einer Krisenbewältigung, insbesondere einer (außergerichtlichen) Unternehmenssanierung einschließlich der Optionen durch das StaRUG sowie eines Insolvenzverfahrens, fachkundig eingehen und die richtigen Entscheidungen und Maßnahmen treffen. Dabei berücksichtigen sie den Aspekt der Digitalisierung. Bestehende Risiken werden erkannt und risikoorientiert behandelt. Sie verfügen über eine vertiefte Spezialkompetenz im Sanierungs- und Insolvenzbereich.</p> <p>Students are able to solve seminar and case studies by means of the gained knowledge of Corporate Restructuring and Insolvency Management</p>
<p>Lerninhalte Content</p>	<p><u>Unternehmenssanierung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Unternehmenskrise unter Beachtung der Digitalisierung als möglicher Krisenursache - Vorbeugendes Krisenmanagement, insbesondere Krisenfrüherkennung unter Nutzung der Möglichkeiten der Digitalisierung - Prüfung des Vorliegens von Insolvenzgründen (IDW ES 11), - Optionen der Krisenbewältigung vor und in der Insolvenz mit ihren Vor- und Nachteilen

	<ul style="list-style-type: none"> - Grundelemente der außergerichtlichen Sanierung (Ablauf, Träger, Maßnahmen) - Erstellung von Sanierungskonzepten nach IDW S 6 - Operative und strategische Sanierung, finanzielle und bilanzielle Sanierung unter Berücksichtigung der Digitalisierung - Umsetzung von Sanierungskonzepten einschließlich Krisenkommunikation - Stakeholdermanagement - Haftungsrisiken der Sanierungsbeteiligten - Sanierung auf Basis des StaRUG - Sanierung im Rahmen des Insolvenzverfahrens (Insolvenzplan, Übertragende Sanierung), - Arbeitsrechtliche und steuerliche Sanierungsaspekte <p><u>Corporate Restructuring</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Basics of the corporate crisis taking into account digitization as a possible cause of the crisis - Preventive crisis management, especially early crisis detection using the possibilities of digitalization - Examination of the existence of reasons for insolvency (IDW ES 11), - Crisis management options before and during bankruptcy, with their advantages and disadvantages - Basic elements of the out-of-court redevelopment (process, agency, measures) - Creation of renovation concepts according to IDW S 6 - Operational and strategic restructuring, financial and accounting restructuring, taking digitalization into account - Implementation of restructuring concepts including crisis communication - stakeholder management - Liability risks for those involved in the restructuring - Renovation based on the StaRUG - Reorganization within the framework of insolvency proceedings (insolvency plan, transferring reorganization), - Labor law and tax restructuring aspects <p><u>Insolvenzrecht</u></p> <p>Insolvenzantrag, Schutzschirmverfahren, Insolvenzeröffnungsverfahren; Wirkung der Eröffnung, Absonderung, Aussonderung und Aufrechnung, Forderungsanmeldung und Forderungsprüfung, Insolvenzmasse und deren Verwertung; Sonderinsolvenzverfahren.</p> <p><u>Insolvency Management</u></p> <p><u>Fall-/Projektstudien Sanierungs- und Insolvenzmanagement</u></p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Praxisrelevante Problemstellungen aus den Bereichen Insolvenzrecht und Unternehmenssanierung; rechtliche und betriebswirtschaftliche Sanierungsinstrumente.</p> <p>Seminar and Case Studies</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>kein internationaler Bezug, da ausschließlich deutsches Recht</p> <p>No international reference, as exclusively German law</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Unternehmenssanierung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Crone, Andreas / Werner, Henning (Hrsg.), Handbuch modernes Sanierungsmanagement - Buth / Hermanns: Restrukturierung, Sanierung, Insolvenz - Brühl, Volker / Göpfert, Burkard (Hrsg.), Unternehmensrestrukturierung - Thierhoff, Müller, Illy, Liebscher: Unternehmenssanierung - Krystek, Ulrich / Moldenhauer, Ralf, Handbuch Krisen- und Restrukturierungsmanagement - KSI - IDW ES 11, IDW S6 <p><u>Insolvenzrecht</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reischl, Insolvenzrecht - Theiselmann, Praxishandbuch des Restrukturierungsrechts - Kirchhof / Lwowski/ Stürmer: Münchner Kommentar zur Insolvenzordnung - Gottwald (Hrsg.), Insolvenzrechtshandbuch (InsRHB) - NZI, Neue Zeitschrift für Insolvenzrecht - ZInsO, Zeitschrift für das gesamte Insolvenzrecht - ZIP, Zeitschrift für Wirtschaftsrecht und Insolvenzpraxis
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristischer Unterricht - Lecture - Übung - Practice

<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Restrukturierung <i>Restructuring</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p> <p>Insolvenzrecht <i>Insolvency Law</i> (2 SWS) / (3/15 ECTS) (Workload 90h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p> <p>Fall-/Projektstudien Restrukturierung und Insolvenz <i>Seminar/ Case Study Restructuring and Insolvency</i> (4 SWS) / (6/15 ECTS) (Workload 180h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Restrukturierung und Insolvenz (Schwerpunktmodul) <i>Restructuring and Insolvency (Specialization Modul)</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (Workload 450h; Selbststudien-/ Präsenzzeit 50:50)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf <i>Further applicability</i></p>	<p>Berufsvorbereitender Erwerb von Spezialkenntnissen und –kompetenzen auf dem Gebiet des Sanierungs- und Insolvenzmanagements. <i>Acquisition of specialised knowledge and skills in the field of restructuring and insolvency management.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>