

**Prüfungsordnung
für den Bachelorstudiengang
Wirtschaftspsychologie
an der Fachhochschule Bielefeld
(University of Applied Sciences)
vom 09.06.2011
in der Fassung der Änderungen vom 13.03.2012, 10.06.2013,
25.07.2013, 20.05.2014, 17.09.2014 und 27.07.2017 (redaktionelle
Änderung)**

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) vom 31. Oktober 2006 (GV. NRW. S.474), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 3. Dezember 2013 (GV. NRW. S.723), hat der Fachbereich Wirtschaft und Gesundheit der Fachhochschule Bielefeld die folgende Ordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

I. Allgemeines

- § 1 Geltungsbereich der Prüfungsordnung
- § 2 Ziel des Studiums, Zweck der Prüfung, Akademischer Grad
- § 3 Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen
- § 4 Regelstudienzeit, Studienumfang
- § 5 Umfang und Gliederung der Prüfungen
- § 6 Studiengangsbeauftragte/r, Prüfungen, Prüfungsorgane
- § 7 Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

II. Inhalt und Arten von Modulprüfungen

- § 8 Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen
- § 9 Klausurarbeiten
- § 10 Mündliche Prüfungen
- § 11 Hausarbeiten
- § 12 Referate und Präsentationen
- § 13 Projektarbeiten

III. Prüfungsabläufe

- § 14 Zeitliche Lage, Prüferbestellung und Art der Prüfungen
- § 15 Prüfende und Beisitzende
- § 16 Zulassung zu Klausuren und mündlichen Prüfungen
- § 17 Zulassung zu sonstigen Prüfungsarten
- § 18 Durchführung von Modulprüfungen
- § 19 Bewertung von Prüfungsleistungen
- § 20 Wiederholung von Prüfungsleistungen
- § 21 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

IV. Praxisphase/Auslandssemester

- § 22 Praxisphase
- § 23 Auslandssemester

V. Bachelorarbeit

- § 24 Bachelorarbeit
- § 25 Zulassung zur Bachelorarbeit
- § 26 Ausgabe und Bearbeitung der Bachelorarbeit
- § 27 Abgabe und Bewertung der Bachelorarbeit

VI. Ergebnis der Bachelorprüfung, Zusatzmodule

- § 28 Ergebnis der Bachelorprüfung
- § 29 Zeugnis, Gesamtnote, Bachelorurkunde, Diploma Supplement
- § 30 Zusatzmodule

VII. Schlussbestimmungen

- § 31 Einsicht in die Prüfungsakten
- § 32 Ungültigkeit von Prüfungen
- § 33 In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

Anlagen

- Anlage 1: Studienverlaufsplan
- Anlage 2: Wahlpflichtmodule
- Anlage 3: Modulbeschreibungen

I. Allgemeines

§ 1

Geltungsbereich der Prüfungsordnung

Diese Prüfungsordnung gilt für den Abschluss des Studiums in dem Studiengang Bachelor of Science (B.Sc.) in Wirtschaftspsychologie an der Fachhochschule Bielefeld. Sie regelt die Prüfungen in diesem Studiengang. Sie regelt auch Inhalt und Aufbau des Studiums unter Berücksichtigung der fachlichen und hochschuldidaktischen Entwicklungen und Anforderungen der beruflichen Praxis und enthält die inhaltliche Beschreibung der Prüfungsgebiete.

§ 2

Ziel des Studiums, Zweck der Prüfung, Akademischer Grad

- (1) Die Bachelorprüfung bildet den ersten berufsqualifizierenden Abschluss eines Hochschulstudiums und soll des Weiteren der Qualifizierung für ein Masterstudium an einer Fachhochschule oder an einer Universität dienen.
- (2) Das Bachelorstudium gewährleistet auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden und unter Beachtung der allgemeinen gesetzlichen Studienziele (§ 58 HG) eine deutliche Berufsqualifizierung. Der Studiengang vermittelt daher den Absolventen Qualifikationsbündel bzw. -attribute, die ihnen die Aufnahme einer qualifikationsadäquaten beruflichen Tätigkeit nach dem Studium ermöglichen.
- (3) Im Rahmen des Pflicht- oder Wahlpflichtbereiches sind unter Beachtung der Maßgaben des Absatzes 2 folgende überfachliche Qualifikationen zu gewährleisten:
 1. Fähigkeit zu wissenschaftlichem Arbeiten einschließlich der dazu erforderlichen Informations- und Medienkompetenz;
 2. fremdsprachliche Kompetenz;
 3. Fähigkeit Ideen, Konzepte, Projekte oder Produkte in mündlicher, schriftlicher und digitaler Form zu präsentieren;
 4. Fähigkeit zur Teamarbeit, zur Moderation und zur Leitung von Arbeitsgruppen;
 5. Fähigkeit, auf dem Hintergrund wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden konkrete Fragestellungen des Berufsfeldes in einem vorgegebenen Zeitrahmen zu bearbeiten.
- (4) Aufgrund der bestandenen Bachelorprüfung wird der akademische Grad „Bachelor of Science (B.Sc.)“ verliehen.

§ 3

Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Die Qualifikation für das Studium wird durch ein Zeugnis der Fachhochschulreife oder durch eine als gleichwertig anerkannte Vorbildung nachgewiesen. Das Nähere ergibt sich aus der Verordnung über die Gleichwertigkeit von Vorbildungsnachweisen mit dem Zeugnis der Fachhochschulreife (Qualifikationsverordnung Fachhochschule - QVO-FH vom 20.06.2002, SGV. NRW. 223), in der jeweils geltenden Fassung.
- (2) Studienbewerberinnen und -bewerber ohne den Nachweis der Qualifikation durch ein Zeugnis der Hochschulreife (allgemeine Hochschulreife oder Fachhochschulreife) können gemäß Zugangsprüfungsordnung der FH Bielefeld in der jeweils geltenden Fassung zugelassen werden.
- (3) Trotz Vorliegens der allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen ist die Einschreibung zu versagen, wenn die Studienbewerberin oder der Studienbewerber an einer Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes eine nach der Prüfungsordnung erforderliche Prüfung in einem verwandten oder vergleichbaren Studiengang endgültig nicht bestanden hat.
- (4) Sonstige Kenntnisse und Qualifikationen werden auf Antrag auf der Grundlage vorgelegter Unterlagen angerechnet, sofern sie nicht bereits Voraussetzung für die Zulassung waren.

§ 4

Regelstudienzeit, Studienumfang

- (1) Der Studiengang ist modular aufgebaut. Jedes Modul schließt mit einer Prüfung ab. Der für ein Modul aufzuwendende Arbeitsaufwand wird durch Leistungspunkte (Credit Points) beschrieben. Credits umfassen sowohl die Lehrveranstaltungen als auch Zeiten für die Vor- und Nachbereitung des Lehrstoffes, die Prüfungsvorbereitungen einschließlich der Abschluss- und Studienarbeiten sowie Praktika. Nach bestandener Prüfung werden die entsprechenden Leistungspunkte gutgeschrieben und getrennt von den erzielten Prüfungsnoten ausgewiesen. Entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS – Europäisches System zur Anrechnung von Studienleistungen) werden ersten drei Semestern sowie im sechsten Semester jeweils 30 ECTS-Punkte vergeben. Abweichend davon sind im vierten Semester 32 und im fünften Semester 28 ECTS-Punkte. Die Pflichtmodule und die Wahlpflichtmodule sowie die entsprechenden Credits sind in

der Anlage 2 verbindlich geregelt; dieses gilt auch für die Reihenfolge der abzuleistenden Module, soweit dies notwendig oder zweckmäßig ist. Der Inhalt der Module und ihre zulässigen Prüfungsformen ergeben sich aus den in Anlage 2 enthaltenen Modulbeschreibungen.

- (2) Der Leistungsumfang beträgt in diesem sechssemestrigen Studiengang 180 Credits.

§ 5

Umfang und Gliederung der Prüfungen

- (1) Das Studium wird mit der Bachelorprüfung abgeschlossen. Die Bachelorprüfung gliedert sich in studienbegleitende Modulprüfungen und die Bachelorarbeit. Die studienbegleitenden Modulprüfungen sollen zu dem Zeitpunkt stattfinden, an dem das jeweilige Modul im Studium abgeschlossen wird.
- (2) Die Meldung zur Bachelorarbeit (Antrag auf Zulassung) soll nach Abschluss des fünften Semesters erfolgen.
- (3) Hinsichtlich der Leistungen und der zeitlichen Bestimmungen im Zusammenhang mit der Praxisphase und der Bachelorarbeit gelten die Regelungen der Anlagen 1 und 2.
- (4) Das Studium sowie das Prüfungsverfahren sind so zu gestalten, dass einschließlich der Praxisphase und der Bachelorprüfung das Studium mit Ablauf des sechsten Semesters abgeschlossen sein kann. Studierende können sich während der Prüfungsverfahren auf die Schutzbestimmungen der §§ 3, 4, 6 und 8 des Mutterschutzgesetzes berufen, junge Eltern auf die Fristen des Bundeserziehungsgeldgesetzes. Die Vorschriften gelten entsprechend. Ausfallzeiten durch die Pflege von Personen nach § 48 Abs. 5 HG können in Anspruch genommen werden (§ 64 Abs. 2 HG).

§ 6

Studiengangsbeauftragte/r, Prüfungen, Prüfungsausschuss

- (1) Für den Studiengang wird eine Studiengangsbeauftragte oder ein Studiengangsbeauftragter von der Dekanin oder dem Dekan beauftragt. Die oder der Studiengangsbeauftragte ist beratende Ansprechpartnerin bzw. beratender Ansprechpartner für die Studierenden und koordiniert die Lehrinhalte, Prüfungsmodalitäten und ähnliches unter den Lehrenden des Studiengangs. Die Bestellung erfolgt auf die Dauer von zwei Jahren. Eine erneute Bestellung ist zulässig.
- (2) Für die Prüfungsorganisation ist die Dekanin oder der Dekan verantwortlich.
- (3) Für die übrigen durch diese Prüfungsordnung zugewiesenen Aufgaben ist ein Prüfungsausschuss zu bilden.
- (4) Der Prüfungsausschuss fungiert entsprechend seiner Bestimmung in der Prüfungsordnung als Behörde im Sinne des Verwaltungsverfahrensgesetzes NRW und der Verwaltungsgerichtsordnung.
- (5) Dem Prüfungsausschuss sollen in der Regel nicht mehr als sieben Mitglieder angehören. In diesem Fall entspricht folgende Zusammensetzung den Maßgaben des HG:
 1. vier Mitglieder der Professorenschaft, darunter ein vorsitzendes Mitglied und ein stellvertretend vorsitzendes Mitglied,
 2. ein Mitglied der akademischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
 3. zwei Studierende.
- (6) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses werden vom zuständigen Fachbereichsrat gewählt. Entsprechend wird durch die Wahl bestimmt, wer die Mitglieder mit Ausnahme des vorsitzenden Mitglieds und des stellvertretend vorsitzenden Mitglieds im Verhinderungsfall vertreten soll. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt vier Jahre, die eines studentischen Mitglieds ein Jahr. Die Wiederwahl eines Mitglieds ist möglich. Scheidet ein Mitglied vorzeitig aus, wird ein Nachfolger für die restliche Amtszeit gewählt.
- (7) Der Prüfungsausschuss achtet auf die Einhaltung der Prüfungsordnung. Er entscheidet insbesondere über Widersprüche gegen in Prüfungsverfahren getroffene Entscheidungen. Darüber hinaus hat der Prüfungsausschuss dem Fachbereichsrat über die Entwicklung der Prüfungen und Studienzeiten jährlich zu berichten. Er gibt Anregungen zur Reform der Prüfungsordnung und des Studienaufbaus. Der Prüfungsausschuss kann die Erledigung seiner Aufgaben für alle Regelfälle auf das vorsitzende Mitglied, bzw. das stellvertretend vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses übertragen; dies gilt nicht für die Entscheidung über Widersprüche.
- (8) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn das vorsitzende Mitglied (oder Stellvertretung), ein weiteres Mitglied der Professorenschaft und ein weiteres stimmberechtigtes Mitglied anwesend ist. Er beschließt mit einfacher Stimmenmehrheit. Bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des vorsitzenden Mitglieds. Die studentischen Mitglieder wirken bei pädagogisch-wissenschaftlichen Entscheidungen, insbesondere bei der Anrechnung oder sonstigen Beurteilung von Studien- und Prüfungsleistungen und der Bestellung von Prüfenden und Beisitzenden, nicht mit. An der Beratung und Beschlussfassung über Angelegenheiten, welche die Festlegung

von Prüfungsaufgaben oder ihre eigene Prüfung betreffen, nehmen die studentischen Mitglieder des Prüfungsausschusses nicht teil.

- (9) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses, mit Ausnahme der studentischen Mitglieder, die sich im gleichen Prüfungszeitraum der gleichen Prüfung unterziehen, haben das Recht, der Abnahme der Prüfungen beizuwohnen. Dieses Recht erstreckt sich nicht auf die Bekanntgabe der Note.
- (10) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses (einschl. der Stellvertretung), die Prüfenden und die Beisitzenden unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch den Prüfungsausschuss zur Verschwiegenheit zu verpflichten.
- (11) Belastende Entscheidungen des Prüfungsausschusses sind dem betroffenen Studierenden unverzüglich schriftlich mitzuteilen. Der Bescheid ist mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

§ 7

Anrechnung von Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen

- (1) Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen im gleichen Studiengang an anderen Hochschulen im Geltungsbereich des Grundgesetzes werden von Amts wegen angerechnet. Studien- und Prüfungsleistungen in anderen Studiengängen im Geltungsbereich des Grundgesetzes werden anerkannt, soweit kein wesentlicher Unterschied zwischen der bisher erbrachten und der anzurechnenden Studien- und Prüfungsleistung besteht. Studien- und Prüfungsleistungen an Hochschulen außerhalb des Geltungsbereichs des Grundgesetzes werden auf Antrag angerechnet, soweit kein wesentlicher Unterschied zwischen der bisher erbrachten und der anzurechnenden Studien- und Prüfungsleistung besteht. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen.
- (2) Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss in der Regel innerhalb von vier Wochen. Eine ablehnende Entscheidung muss hinreichend begründet werden. Die Entscheidung über die Anerkennung wird auf der Grundlage angemessener Informationen über die Qualifikationen getroffen, deren Anerkennung angestrebt wird. Die Verantwortung für die Bereitstellung hinreichender Informationen obliegt in erster Linie der/dem Studierenden. Die Beweislast, dass ein Antrag nicht die Voraussetzungen erfüllt, liegt beim Prüfungsausschuss.
- (3) Auf Antrag kann die Hochschule sonstige Kenntnisse und Qualifikationen auf der Grundlage vorgelegter Unterlagen anerkennen, wenn diese Kenntnisse und Qualifikationen den Prüfungsleistungen, die sie ersetzen sollen, nach Inhalt und Niveau gleichwertig sind.
- (4) Fehlversuche in verwandten oder vergleichbaren Prüfungsleistungen sind anzurechnen.

II. Inhalt und Arten von Modulprüfungen

§ 8

Ziel, Umfang und Form der Modulprüfungen

- (1) Eine Modulprüfung ist eine studienbegleitende Prüfungsleistung. In den Modulprüfungen soll festgestellt werden, ob die Studierenden Inhalt und Methoden der Prüfungsmodul in den wesentlichen Zusammenhängen beherrschen und die erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten selbständig anwenden können.
- (2) Die Prüfungsanforderungen sind an dem Inhalt der Lehrveranstaltungen und an den Qualifikationen zu orientieren, die für das betreffende Modul vorgesehen sind.
- (3) Eine Modulprüfung kann aus folgenden Leistungen bestehen:
 1. einer Klausur;
 2. einer mündlichen Prüfung;
 3. einer schriftlichen Hausarbeit;
 4. einem Referat oder einer Präsentation;
 5. einer Projektarbeit.
- (4) Eine Kombination von Prüfungsleistungen gemäß Absatz 3 ist möglich, soweit es in der jeweiligen Modulbeschreibung vorgesehen ist.
- (5) Prüfungsleistungen in einer Modulprüfung können innerhalb der ersten vier Semester durch gleichwertige Leistungen ersetzt werden, wenn sie in einer Einstufungsprüfung gemäß § 3 erbracht worden sind.
- (6) Prüfungsaufgaben werden in der Regel von nur einer prüfenden Person gestellt. Bei Modulen, die in einem Semester mehrfach angeboten werden, kann für jedes Parallelangebot auch eine selbständige Prüfungsaufgabe gestellt werden.

- (7) In fachlich begründeten Fällen, insbesondere wenn in einer Modulprüfung mehrere Fachgebiete zusammenfassend geprüft werden, kann die Prüfungsaufgabe auch von mehreren Prüfenden gestellt werden. In diesem Fall legen die Prüfenden die Gewichtung der Anteile an der Prüfungsaufgabe vorher gemeinsam fest; ungeachtet der Anteile und ihrer Gewichtung beurteilt jede prüfende Person die gesamte Prüfungsaufgabe.
- (8) Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn die Leistung im Sinne des Absatzes 3 mindestens als ausreichend bewertet worden ist. Bei Kombinationen von Prüfungsleistungen (Absatz 4) muss jede einzelne Prüfungsleistung bestanden sein. Einzelne bestandene Leistungen einer Kombinationsprüfung verfallen und können nicht auf Folgesemester übertragen werden.
- (9) Die studienbegleitenden Modulprüfungen sollen zu dem Zeitpunkt stattfinden, an dem das jeweilige Modul im Studium abgeschlossen wird.

§ 9

Klausurarbeiten

- (1) In den Klausurarbeiten sollen Studierende nachweisen, dass sie in begrenzter Zeit und mit beschränkten Hilfsmitteln Probleme aus Gebieten des jeweiligen Moduls mit geläufigen Methoden der Fachrichtung erkennen und stringent eine Lösung finden können.
- (2) Eine Klausurarbeit findet unter Aufsicht statt. Über die Zulassung von Hilfsmitteln entscheiden die Prüfenden. Die Dauer einer Klausurarbeit darf 60 Minuten nicht unterschreiten und 180 Minuten nicht überschreiten.
- (3) Klausurarbeiten sind in der Regel von einem Prüfer zu bewerten. Wiederholungsprüfungen, bei deren endgültigem Nichtbestehen keine Ausgleichsmöglichkeit vorgesehen ist, sind von mindestens zwei Prüfern zu bewerten. Sollte die Klausur von mehreren Prüfern gestellt werden, können zwei Prüfer bestellt werden.
- (4) Den Studierenden ist die Bewertung der Klausur spätestens sechs Wochen nach Abgabe mitzuteilen. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.

§ 10

Mündliche Prüfungen

- (1) Durch mündliche Prüfungsleistungen soll der Studierende nachweisen, dass er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermag. Ferner soll festgestellt werden, ob der Studierende über ein breites Grundlagenwissen verfügt. Die Dauer der Prüfung beträgt je Prüfling mindestens 15 Minuten und höchstens 30 Minuten.
- (2) Mündliche Prüfungen sind von mindestens zwei Prüfenden (Kollegialprüfung) oder von einem Prüfenden in Gegenwart eines sachkundigen Beisitzenden als Gruppenprüfung oder als Einzelprüfung abzunehmen. Hierbei wird jeder Prüfling in einer Modulprüfung im Regelfall nur von einer Person geprüft. Vor der Festsetzung der Note hat die prüfende Person die anderen an der Prüfung mitwirkenden Prüfer beziehungsweise den sachkundigen Beisitzenden zu hören.
- (3) Die sachkundigen Beisitzenden haben während der Prüfung kein Fragerecht.
- (4) Die wesentlichen Gegenstände und Ergebnisse der Prüfung, insbesondere die für die Benotung maßgeblichen Tatsachen, sind in einem Protokoll festzuhalten. Das Ergebnis der Prüfung ist dem Prüfling im Anschluss an die mündliche Prüfung bekannt zu geben. Bei der Bekanntgabe des Ergebnisses sind die Bestimmungen des Datenschutzes zu beachten.
- (5) Studierende, die sich in einem späteren Prüfungszeitraum der gleichen Prüfung unterziehen wollen, werden nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse als Zuhörer zugelassen, sofern nicht bei der Meldung zur Prüfung widersprochen wird. Die Zulassung erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses.

§ 11

Hausarbeiten

- (1) Hausarbeiten sind schriftliche Ausarbeitungen mit einer Bearbeitungszeit von maximal vier Wochen, die in der Regel 15 Seiten nicht überschreiten und die im Rahmen einer Lehrveranstaltung erstellt werden. Hausarbeiten sind in der Regel von einem Prüfer zu bewerten. Wiederholungsprüfungen, bei deren endgültigem Nichtbestehen keine Ausgleichsmöglichkeit vorgesehen ist, sind von mindestens zwei Prüfern zu bewerten. Sollte die Hausarbeit von mehreren Prüfern gestellt werden, können zwei Prüfer bestellt werden.
- (2) In Hausarbeiten sollen die Studierenden in begrenzter Zeit nachweisen, dass sie die Zusammenhänge des Moduls im jeweiligen Fachgebiet erkennen, spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermögen und stringent fachspezifische Probleme lösen können.
- (3) Über das Thema der Hausarbeit entscheidet der bzw. die Lehrende.
- (4) Der Abgabetermin wird von dem bzw. der Lehrenden nach Maßgabe des Absatzes 1 festgesetzt

und ist auf dem Aufgabenblatt zu vermerken. Der Abgabezeitpunkt der schriftlichen Hausarbeit ist aktenkundig zu machen. Bei Zustellung der Arbeit durch die Post ist der Zeitpunkt der Einlieferung bei der Post maßgebend. Wird die Hausarbeit nicht fristgemäß abgeliefert, gilt sie als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.

- (5) Bei der Abgabe der Hausarbeit hat der Studierende zu versichern, dass er seine Arbeit selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen und bei Zitaten kenntlich gemachten Hilfsmittel benutzt hat.
- (6) Den Studierenden ist die Bewertung der Hausarbeit spätestens vier Wochen nach Abgabe mitzuteilen. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.

§ 12

Referate und Präsentationen

- (1) Referate bestehen aus einem mündlichen Vortrag von ca. 15 Minuten. Präsentationen bestehen aus einer schriftlichen Ausarbeitung von im Regelfall max. 10 Seiten und einem mündlichen Vortrag von ca. 30 Minuten Dauer. Die Präsentationsthemen werden zu Beginn des Semesters von dem Prüfer bzw. der Prüferin ausgegeben
- (2) Die Präsentation kann auch in Form einer Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag des einzelnen Prüflings deutlich unterscheidbar und bewertbar ist.
- (3) Die schriftliche Ausarbeitung soll spätestens eine Woche vor dem mündlichen Vortrag dem Prüfenden vorliegen.
- (4) Referate und Präsentationen sind in der Regel von einem Prüfer zu bewerten. Im Falle von Kombinationsprüfungen i. S. d. § 8 Abs. 4 PO oder Vorprüfungen i. S. d. § 16 Abs. 1 Nr. 4 PO kann der Prüfende fachkundige Dritte, welche die Anforderungen des § 15 Abs. 1 PO erfüllen und in dem Studienabschnitt, auf den sich die Prüfung bezieht, eine einschlägige selbständige Lehrtätigkeit ausgeübt haben, zur selbständigen Abnahme der Präsentation oder des Referats hinzuziehen. Wiederholungsprüfungen, bei deren endgültigem Nichtbestehen keine Ausgleichsmöglichkeit vorgesehen ist, sind von mindestens zwei Prüfern zu bewerten. Sollte die Aufgabe von mehreren Prüfern gestellt werden, können zwei Prüfer bestellt werden.
- (5) Den Studierenden ist die Bewertung des Referats bzw. der Präsentation spätestens zwei Wochen nach dem mündlichen Vortrag mitzuteilen. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.

§ 13

Projektarbeiten

- (1) Durch Projektarbeiten wird die Fähigkeit zur Teamarbeit und insbesondere zur Entwicklung, Durchsetzung und Präsentation von Konzepten nachgewiesen. Zweck einer Projektarbeit ist es, dass die Studierenden an einer größeren praxisbezogenen Aufgabe Ziele definieren sowie interdisziplinäre Lösungsansätze und Konzepte erarbeiten können.
- (2) Die Projektarbeit wird als Gruppenarbeit durchgeführt. Die Ergebnisse der Projektarbeit sind durch einen schriftlichen Projektbericht und eine mündliche Vorstellung nachzuweisen.
- (3) Die Bewertung erfolgt anhand des Projektberichts und der mündlichen Vorstellung. Der zu bewertende Beitrag des einzelnen Prüflings muss deutlich unterscheidbar und eigenständig bewertbar sein.
- (4) Projektarbeiten sind in der Regel von einem Prüfer zu bewerten. Wiederholungsprüfungen, bei deren endgültigem Nichtbestehen keine Ausgleichsmöglichkeit vorgesehen ist, sind von mindestens zwei Prüfern zu bewerten. Sollte die Aufgabe von mehreren Prüfern gestellt werden, können zwei Prüfer bestellt werden.
- (5) Den Studierenden ist die Bewertung der Projektarbeit spätestens zwei Wochen nach der mündlichen Vorstellung mitzuteilen. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.

III. Prüfungsabläufe

§ 14

Zeitliche Lage, Prüferbestellung und Art der Prüfungen

- (1) Die Klausuren und mündlichen Prüfungen finden außerhalb der Lehrveranstaltungen statt. Präsentationen finden während der Lehrveranstaltungen statt. Hausarbeiten und Projektarbeiten können sowohl während als auch außerhalb der Lehrveranstaltung stattfinden.
- (2) Die Klausuren und mündlichen Prüfungen finden innerhalb eines Prüfungszeitraumes statt, der vom Prüfungsausschuss festgesetzt wird. Der reguläre Prüfungszeitraum liegt am Ende des Semesters und wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben. Für die Klausuren und mündlichen Prüfungen der Pflichtmodule der ersten drei Semester wird für das Sommersemester zu

Beginn des Wintersemesters ein Zusatztermin angeboten, der gemeinsam mit dem regulären Prüfungstermin bekannt gegeben wird.

- (3) Der genaue Termin einer Klausur oder mündlichen Prüfung wird vom Prüfungsausschuss festgelegt und dem Prüfling rechtzeitig, in der Regel mindestens zwei Wochen vor Beginn des Prüfungszeitraums bekannt gegeben. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.
- (4) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfenden und Beisitzenden für die Modulprüfungen eines Semesters am Ende des vorhergehenden Semesters.
- (5) Soweit aufgrund der jeweiligen Modulbeschreibung für eine Modulprüfung verschiedene Leistungen gem. § 8 Absatz 3 vorgesehen sind, legt der Prüfungsausschuss am Beginn des jeweiligen Semesters auf Vorschlag des Erstprüfers bzw. der Erstprüferin die Prüfungsform und bei Kombinationen von Leistungen im Sinne von § 8 Absatz 4 die Gewichtung der einzelnen Leistungen für alle Kandidatinnen und Kandidaten der jeweiligen Modulprüfung einheitlich und verbindlich fest. Im Fall einer Klausur gilt dies auch für die Zeit der Bearbeitung. Sollten zu einer Klausur nur zehn oder weniger Anmeldungen vorliegen, kann der Prüfungsausschuss auf Anregung des Erstprüfers festlegen, dass statt der Klausur eine mündliche Prüfung stattfindet, soweit eine entsprechende Modulbeschreibung diese Prüfungsform vorsieht.

§ 15

Prüfende und Beisitzende

- (1) Zum Prüfenden darf nur bestellt werden, wer mindestens die entsprechende Bachelorprüfung an einer Hochschule oder eine vergleichbare Prüfung abgelegt hat oder eine vergleichbare Qualifikation erworben hat und, sofern nicht zwingende Gründe eine Abweichung erfordern, in dem Studienabschnitt, auf den sich die Prüfung bezieht, eine einschlägige selbständige Lehrtätigkeit ausgeübt hat. Sind mehrere Prüfer zu bestellen, so soll mindestens eine prüfende Person in dem betreffenden Prüfungsfach gelehrt haben.
- (2) Zu Beisitzenden dürfen nur Personen bestellt werden, die mindestens die entsprechende Bachelorprüfung an einer Hochschule oder eine vergleichbare Prüfung abgelegt oder eine vergleichbare Qualifikation erworben haben (sachkundige Beisitzende).
- (3) Die Prüfenden sind in ihrer Prüfungstätigkeit unabhängig. Die Prüfenden und die Beisitzenden unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Der Prüfungsausschuss achtet darauf, dass die Prüfungsverpflichtung möglichst gleichmäßig auf die Prüfenden verteilt wird.

§ 16

Zulassung zu Klausuren und mündlichen Prüfungen

- (1) An den jeweiligen Modulprüfungen, die als Klausur oder mündliche Prüfung durchgeführt werden, darf nur teilnehmen, wer
 1. für den Studiengang eingeschrieben oder gemäß § 52 Abs. 1 HG als Zweithörender zugelassen ist,
 2. die nach § 3 geforderten Voraussetzungen erfüllt,
 3. den Prüfungsanspruch in dem Studiengang oder in einem verwandten Studiengang nicht verloren hat,
 4. ggfs. die in einer Modulbeschreibung geforderte Vorprüfung bestanden hat.
- (2) Die Anmeldung zu einer Klausur oder einer mündlichen Prüfung ist in dem vom Prüfungsausschuss festgesetzten Anmeldezeitraum vorzunehmen. Eine spätere Anmeldung ist nicht möglich.
- (3) Die Anmeldung zu einer Klausur oder mündlichen Prüfung kann bis zum Ablauf des achten Tages vor dem festgesetzten Prüfungstermin ohne Anrechnung auf die Zahl der möglichen Prüfungsversuche zurückgenommen werden, so dass eine Frist von sieben Tagen besteht. Danach sind Abmeldungen ausschließlich direkt beim Prüfungsamt bis zum Prüfungstag möglich. Die Gründe sind unverzüglich nachzuweisen.
- (4) Über die Zulassung entscheidet das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses und im Zweifelsfall der Prüfungsausschuss.
- (5) Die Zulassung ist zu versagen, wenn
 1. die in den Absätzen 1 bis 2 genannten Voraussetzungen nicht erfüllt sind oder
 2. eine entsprechende Modulprüfung in einem Bachelorstudiengang oder in einem verwandten Studiengang endgültig nicht bestanden wurde. Dies gilt entsprechend für eine Bachelorprüfung im Geltungsbereich des Grundgesetzes.Im Übrigen darf die Zulassung nur versagt werden, wenn der Prüfling im Geltungsbereich des Grundgesetzes seinen Prüfungsanspruch im gleichen Studiengang durch Versäumen einer Wiederholungsfrist verloren hat.
- (6) Bei Wahlpflichtmodulprüfungen ist die Zulassung auch zu verweigern, wenn der Studierende insgesamt 15 Wahlpflichtmodulprüfungen nicht bestanden hat. § 20 Absatz 1 bleibt unberührt
- (7) Über die Zulassung bzw. Nicht-Zulassung ist der Studierende in der vom Prüfungsamt festgelegten Form zu informieren.
- (8) Die oder der Studierende ist verpflichtet, sich über die Anmelde- und Prüfungszeiträume zu infor-

mieren und die Aushänge zur Zulassung zu beachten.

§ 17

Zulassung zu sonstigen Prüfungsarten

- (1) Teilnahmeberechtigt an sonstigen Prüfungen sind nur Studierende, welche die allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen nach § 16 Absatz 1 erfüllen.
- (2) Der Antrag auf Zulassung zu einer Hausarbeit, einer Präsentation, einem Referat oder einer Projektarbeit ist am Anfang des Semesters in dem vom Prüfungsausschuss festgesetzten Anmeldezeitraum vorzunehmen. Eine Zurücknahme der Anmeldung ist nicht möglich.
- (3) § 16 Absätze 4 bis 8 gelten entsprechend.

§ 18

Durchführung von Modulprüfungen

- (1) Bei Prüfungen hat sich der Prüfling auf Verlangen der aufsichtsführenden Person mit einem amtlichen Ausweis auszuweisen.
- (2) Macht der Prüfling durch ein ärztliches Zeugnis oder auf andere Weise glaubhaft, dass er wegen ständiger körperlicher Behinderung nicht in der Lage ist, die Prüfungsleistung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, kann gestattet werden, gleichwertige Prüfungsleistungen in einer anderen Form zu erbringen. Es ist weiter dafür zu sorgen, dass durch die Gestaltung der Prüfungsbedingungen eine Benachteiligung für behinderte Menschen nach Möglichkeit ausgeglichen wird. Im Zweifel können weitere Nachweise angefordert werden.
- (3) Das Prüfungsergebnis wird dem Prüfungsamt durch den Prüfenden entsprechend der für die jeweilige Prüfungsform festgelegten Art und Weise innerhalb des festgelegten Zeitrahmens mitgeteilt.

§ 19

Bewertung von Prüfungsleistungen

- (1) Prüfungsleistungen sind durch Noten differenziert zu beurteilen. Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfenden festgesetzt. In Ausnahmefällen können Teilprüfungen einzelner Module als bestanden oder nicht bestanden bewertet werden. In diesem Fall ist das Bestehen einer unbenoteten Teilprüfung Voraussetzung für das Bestehen des Moduls.
- (2) Sind mehrere Prüfende an einer Prüfung beteiligt, so bewerten sie die gesamte Prüfungsleistung gemeinsam, sofern nicht nachfolgend etwas anderes bestimmt ist. Bei nicht übereinstimmender Beurteilung ergibt sich die Note aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen.
- (3) Für die Bewertung der Prüfungsleistungen sind folgende Noten zu verwenden:
 - 1 = sehr gut = eine hervorragende Leistung;
 - 2 = gut = eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt;
 - 3 = befriedigend = eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht;
 - 4 = ausreichend = eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt;
 - 5 = nicht ausreichend = eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt.

Zur weiteren Differenzierung der Bewertung können um 0,3 verminderte oder erhöhte Notenziffern gebildet werden; die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 sind ausgeschlossen.

- (4) Besteht eine Prüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, errechnet sich die Note aus dem nach Credits gewichteten Durchschnitt (gewichtetes arithmetisches Mittel) der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen. Bei einer Mitteilung von Noten ergibt sich die Gesamtnote wie folgt:
 - bei einem Durchschnitt bis 1,5 = die Note „sehr gut“
 - bei einem Durchschnitt von 1,6 bis 2,5 = die Note „gut“
 - bei einem Durchschnitt von 2,6 bis 3,5 = die Note „befriedigend“
 - bei einem Durchschnitt von 3,6 bis 4,0 = die Note „ausreichend“
 - bei einem Durchschnitt ab 4,1 = die Note „nicht ausreichend“.

Hierbei werden Zwischenwerte nur mit der ersten Dezimalstelle berücksichtigt; alle weiteren Stellen hinter dem Komma werden ohne Rundung gestrichen.

- (5) Für jede bestandene Modulprüfung werden Credits nach Maßgabe der Anlagen 1 und 2 vergeben.
- (6) Abweichend von Absatz 1 können einzelne Module nur mit den Prädikaten „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet werden. Die Bewertung dieser Module geht nicht in die Ermittlung der Gesamtnote der Bachelorprüfung ein.

§ 20

Wiederholung von Prüfungsleistungen

- (1) Eine nicht bestandene Modulprüfung kann zweimal wiederholt werden.
- (2) Eine nicht bestandene Bachelorarbeit kann einmal wiederholt werden.
- (3) Im gesamten Studium können maximal drei bestandene Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Bachelorarbeit je einmal zur Notenverbesserung wiederholt werden, wenn der erste bestandene Prüfungsversuch in oder vor dem Semester, in dem die Prüfung laut Studienverlaufsplan vorgesehen ist, unternommen wurde. Der Verbesserungsversuch muss in der Regelstudienzeit und vor Anmeldung zur Bachelorarbeit erfolgen. Das bessere Ergebnis wird angerechnet.

§ 21

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

- (1) Eine Prüfungsleistung gilt als „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling zu einem Prüfungstermin ohne triftige Gründe nicht erscheint oder nach Beginn der Prüfung ohne triftige Gründe von der Prüfung zurücktritt oder die Prüfungsleistung nicht vor Ablauf der Prüfung erbringt. Satz 1 gilt entsprechend, wenn eine Hausarbeit, eine Präsentation oder eine Projektarbeit nicht fristgemäß abgeliefert wird. Wird die gestellte Prüfungsarbeit nicht bearbeitet, steht dies der Säumnis nach Satz 1 gleich. Belastende Entscheidungen sind den Betroffenen unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- (2) Die für den Rücktritt oder das Versäumnis geltend gemachten Gründe müssen dem Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit des Prüflings ist unaufgefordert ein Attest vorzulegen, das die krankheitsbedingte Prüfungsunfähigkeit bescheinigt. Im Regelfall ist keine Unverzüglichkeit gegeben, wenn zwischen dem Tag der Prüfung und dem Eingang des Rücktritts und des Attestes mehr als drei Werktage liegen. Hat der Prüfling die Prüfung angetreten, so bestehen für den Nachweis der Prüfungsunfähigkeit besondere Anforderungen, die vom Prüfungsausschuss festgelegt werden.
- (3) Versucht ein Prüfling, das Ergebnis einer Prüfungsleistung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, gilt die betreffende Prüfungsleistung als „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Wer als Prüfling den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von der jeweiligen Aufsicht, in der Regel nach Abmahnung, von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall gilt die betreffende Prüfungsleistung als „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Die Gründe für den Ausschluss sind aktenkundig zu machen. Wenn der Prüfling davon ausgeschlossen wird, eine weitere Prüfungsleistung zu erbringen, kann er verlangen, dass der Prüfungsausschuss diese Entscheidung überprüft. Dies gilt entsprechend auch bei den Feststellungen gemäß Satz 1.
- (4) Die Regelungen gelten für Teilleistungen bei Kombinationsprüfungen (§ 8 Absatz 4) entsprechend. Soweit ein Prüfling bei einer Kombinationsprüfung ordnungsgemäß zurückgetreten ist, wird die entsprechende Modulprüfung nicht als Fehlversuch gewertet.

IV. Praxisphase/Auslandssemester

§ 22

Praxisphase

- (1) In dem Studiengang Bachelor of Science (B.Sc.) in Wirtschaftspsychologie ist eine Praxisphase mit einer Dauer von 12 Wochen integriert.
- (2) Die Praxisphase soll die Studierenden an die berufliche Tätigkeit durch konkrete Aufgabenstellung und praktische Mitarbeit heranführen, die mit den Zielen und Inhalten des Studienganges in einem fachlichen Zusammenhang stehen. Es soll insbesondere dazu dienen, die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten anzuwenden und die bei der praktischen Tätigkeit gemachten Erfahrungen zu reflektieren und auszuwerten.
- (3) Die Praxisphase wird frühestens im 5. Semester abgeleistet und unterliegt den rechtlichen Regelungen, welche die Fachhochschule Bielefeld als Körperschaft des öffentlichen Rechts insgesamt zu beachten hat.
- (4) Auf Antrag wird zur Praxisphase zugelassen, wer mindestens die Modulprüfungen der ersten drei Semester bestanden hat. Über die Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss.
- (5) Die erfolgreiche Teilnahme an der Praxisphase wird von der/dem betreuenden Hochschullehrer(in) bescheinigt, wenn die/der Studierende ein positives Zeugnis der Ausbildungsstätte über die Mitarbeit und einen Praxisbericht im Umfang von max. 5 Seiten vorlegt.

§ 23

Auslandssemester

- (1) Den Studierenden wird die Möglichkeit gegeben, an ausländischen Hochschulen zur Erweiterung ihres fachlichen Wissens, ihrer Sprachkenntnisse und ihrer interkulturellen Qualifikation ein Auslandssemester zu absolvieren.
- (2) Für die Möglichkeit, ein Urlaubssemester in Anspruch zu nehmen, wird auf die Einschreibungsordnung der Fachhochschule Bielefeld in der jeweils gültigen Fassung verwiesen. Für die Anerkennung der an der ausländischen Hochschule erbrachten Leistungen gilt § 7 Absatz 2.

V. Bachelorarbeit

§ 24

Bachelorarbeit

- (1) Die Bachelorarbeit hat zu zeigen, dass der Prüfling befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus seinem Fachgebiet in der Regel in Zusammenhang mit der Praxisphase sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen Methoden selbständig zu bearbeiten. Die Bachelorarbeit ist eine schriftliche Hausarbeit. Sie besteht in der Regel in der Konzipierung, Durchführung und Evaluation eines Projektes in Einrichtungen, die mit den Zielen und Inhalten des Studienganges in einem fachlichen Zusammenhang stehen. Sie kann auch durch eine empirische Untersuchung oder durch konzeptionelle Aufgaben oder durch eine Auswertung vorliegender Quellen bestimmt werden. Eine Kombination dieser Leistungen ist möglich. Der Umfang der Bachelorarbeit soll 40 Textseiten nicht überschreiten.
- (2) Die Bachelorarbeit kann von jeder Person, welche die Voraussetzungen gemäß § 15 erfüllt, ausgegeben und betreut werden. Auf Antrag des Prüflings kann der Prüfungsausschuss auch eine Honorarprofessorin oder einen Honorarprofessor oder mit entsprechenden Aufgaben betraute Lehrbeauftragte gem. § 15 Abs. 1 mit der Betreuung bestellen, wenn feststeht, dass das vorgesehene Thema der Bachelorarbeit nicht durch eine fachlich zuständige Professorin oder einen fachlich zuständigen Professor betreut werden kann. Die Bachelorarbeit darf mit Zustimmung des Prüfungsausschusses in einer Einrichtung außerhalb der Hochschule durchgeführt werden, wenn sie dort ausreichend betreut werden kann. Den Studierenden ist die Gelegenheit zu geben, Vorschläge für den Themenbereich der Bachelorarbeit zu machen.
- (3) Auf Antrag sorgt das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses dafür, dass die Studierenden rechtzeitig ein Thema für die Bachelorarbeit erhalten.
- (4) Die Bachelorarbeit kann auch in Form einer Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag der einzelnen Kandidatin oder des einzelnen Kandidaten aufgrund der Angabe von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen objektiven Kriterien, die eine eindeutige Abgrenzung ermöglichen, deutlich unterscheidbar und bewertbar ist und die Anforderungen nach Absatz 1 erfüllt.

§ 25

Zulassung zur Bachelorarbeit

- (1) Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer alle Modulprüfungen bestanden und die Praxisphase/das Praxissemester erfolgreich absolviert hat.
- (2) Der Prüfling kann einen oder mehrere Prüfer für die Betreuung der Bachelorarbeit vorschlagen. Auf den Vorschlag des Prüflings ist nach Möglichkeit Rücksicht zu nehmen.
- (3) Der Antrag auf Zulassung ist schriftlich an den Prüfungsausschuss zu richten. Dem Antrag sind folgende Unterlagen beizufügen, sofern sie nicht bereits früher vorgelegt wurden:
 1. die Nachweise über die in Absatz 1 genannten Zulassungsvoraussetzungen,
 2. eine Erklärung über bisherige Versuche zur Bearbeitung einer Bachelorarbeit.Dem Antrag soll eine Erklärung darüber beigefügt werden, wer zur Ausgabe und Betreuung der Bachelorarbeit bereit ist.
- (4) Der Antrag auf Zulassung kann schriftlich bis zur Bekanntgabe der Entscheidung über den Antrag ohne Anrechnung auf die Zahl der möglichen Prüfungsversuche zurückgenommen werden.
- (5) Über die Zulassung entscheidet das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses und im Zweifelsfall der Prüfungsausschuss. Die Zulassung ist zu versagen, wenn
 1. die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen nicht erfüllt oder
 2. die Unterlagen unvollständig sind oder
 3. im Geltungsbereich des Grundgesetzes eine entsprechende Bachelorarbeit ohne Wiederholungsmöglichkeit als "nicht ausreichend" bewertet worden ist oder eine in der Anlage 1 genannte Prüfung endgültig nicht bestanden wurde.Im Übrigen darf die Zulassung nur versagt werden, wenn der Prüfling im Geltungsbereich des

Grundgesetzes seinen Prüfungsanspruch im gleichen Studiengang durch Versäumen einer Wiederholungsfrist verloren hat.

- (6) Das vorsitzende Mitglied des Prüfungsausschusses sorgt dafür, dass dem Prüfling die Namen der Prüfenden rechtzeitig bekannt gegeben werden. Die Bekanntgabe erfolgt spätestens mit der Zulassung zur Prüfung, in der Regel mindestens zwei Wochen vor der Ausgabe der Bachelorarbeit. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.

§ 26

Ausgabe und Bearbeitung der Bachelorarbeit

- (1) Der Prüfende gibt die Bachelorarbeit aus und legt damit die Bearbeitungszeit fest. Als Zeitpunkt der Ausgabe gilt der Tag, an dem das Prüfungsamt das von der betreuenden Person gestellte Thema der Bachelorarbeit der Kandidatin oder dem Kandidaten bekannt gibt; der Zeitpunkt ist aktenkundig zu machen.
- (2) Die Bearbeitungszeit (Zeitraum von der Ausgabe bis zur Abgabe der Bachelorarbeit) beträgt höchstens zehn Wochen. Das Thema und die Aufgabenstellung müssen so beschaffen sein, dass die Bachelorarbeit innerhalb der vorgesehenen Frist abgeschlossen werden kann. Wird die Bachelorarbeit nicht fristgerecht abgegeben, gilt sie als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Im Ausnahmefall kann das Prüfungsamt auf einen vor Ablauf der Frist gestellten Antrag die Bearbeitungszeit um bis zu drei Wochen verlängern. Die Person, welche die Bachelorarbeit betreut, soll zu dem Antrag gehört werden.
- (3) Das Thema der Bachelorarbeit kann nur einmal und nur innerhalb der ersten zwei Wochen der Bearbeitungszeit ohne Angabe von Gründen zurückgegeben werden. Im Fall der nichtbestandenen Bachelorarbeit ist die Rückgabe nur zulässig, wenn bei der Anfertigung der ersten Bachelorarbeit von dieser Möglichkeit kein Gebrauch gemacht worden ist.
- (4) § 18 Abs. 2 findet entsprechend Anwendung.

§ 27

Abgabe und Bewertung der Bachelorarbeit

- (1) Die Bachelorarbeit ist fristgemäß beim Prüfungsamt abzuliefern. Der Zeitpunkt der Abgabe ist aktenkundig zu machen; bei Zustellung der Arbeit durch die Post ist der Zeitpunkt der Einlieferung bei der Post maßgebend. Bei der Abgabe der Bachelorarbeit ist schriftlich zu versichern, dass die Arbeit - bei einer Gruppenarbeit der entsprechend gekennzeichnete Anteil der Arbeit - selbständig angefertigt wurde und keine anderen als die angegebenen und bei Zitaten kenntlich gemachten Quellen und Hilfsmittel benutzt worden sind.
- (2) Die Bachelorarbeit ist von zwei Personen zu bewerten, von denen eine die Bachelorarbeit betreut haben soll. Die zweite prüfende Person wird vom Prüfungsausschuss bestimmt. Wenn die erste prüfende Person die Voraussetzung des § 24 Abs. 2 Satz 2 erfüllt, muss die zweite prüfende Person der Professorenschaft angehören. Bei nicht übereinstimmender Bewertung durch die Prüfenden soll die Note der Bachelorarbeit aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen gebildet, wenn die Differenz der beiden Noten weniger als 2,0 beträgt. Beträgt die Differenz 2,0 oder mehr, wird vom Prüfungsausschuss eine dritte prüfende Person bestimmt. In diesem Fall ergibt sich die Note der Bachelorarbeit aus dem arithmetischen Mittel der beiden besseren Einzelbewertungen. Die Bachelorarbeit kann jedoch nur dann als "ausreichend" (4,0) oder besser bewertet werden, wenn mindestens zwei der Noten "ausreichend" (4,0) oder besser sind. Alle Bewertungen sind schriftlich zu begründen.
- (3) Dem Prüfling ist die Bewertung der Bachelorarbeit spätestens sechs Wochen nach Abgabe mitzuteilen. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.

VI. Ergebnis der Prüfung

§ 28

Ergebnis der Bachelorprüfung

- (1) Die Bachelorprüfung ist bestanden, wenn 180 Credits erreicht wurden.
- (2) Die Bachelorprüfung ist nicht bestanden, wenn
 - die Gesamtnote nicht mindestens „ausreichend“ (4,0) ist oder
 - die Bachelorarbeit im zweiten Versuch nicht bestanden ist oder als nicht bestanden gilt.
- (3) Wird die Bachelorprüfung nicht bestanden, ist ein Bescheid zu erteilen, der mit einer Belehrung über den Rechtsbehelf zu versehen ist.
- (4) Studierende, welche die Hochschule ohne Studienabschluss verlassen, erhalten auf Antrag ein Zeugnis über die erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen gemäß § 66 Abs. 4 HG.

§ 29**Zeugnis, Gesamtnote, Bachelorurkunde, Diploma Supplement**

- (1) Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor-Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
- (2) Im Zeugnis ist eine Vertiefungsrichtung auszuweisen. Die Vertiefungsrichtung gilt als belegt, wenn der Kandidat oder die Kandidatin 4 Module aus der Vertiefungsrichtung (gemäß Anlage 2) erfolgreich absolviert hat.
- (3) Über die bestandene Bachelorprüfung wird innerhalb von drei Wochen ein Zeugnis ausgestellt. Das Zeugnis ist von dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses zu unterzeichnen und trägt das Datum des Tages, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht worden ist.
- (4) Gleichzeitig mit dem Zeugnis erhält der Kandidat die Bachelorurkunde mit dem Datum des Zeugnisses. Darin wird die Verleihung des Bachelorgrades gemäß § 2 Abs. 4 beurkundet. Die Bachelorurkunde wird von der Präsidentin bzw. dem Präsidenten der Fachhochschule Bielefeld unterzeichnet und mit deren Siegel versehen.
- (5) Zusätzlich erhält der Kandidat oder die Kandidatin ein in englischer Sprache ausgestelltes Diploma Supplement mit dem Datum des Zeugnisses. Darüber hinaus erhält der Kandidat oder die Kandidatin ein Transcript of Records. In diesem Transcript of Records werden alle absolvierten Module und die ihnen zugeordneten Studienleistungen einschließlich der dafür vergebenen Credits und Prüfungsnoten aufgenommen. Das Diploma Supplement wird vom vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses unterzeichnet.
- (6) Im Diploma Supplement wird neben der deutschen Note zusätzlich die Note in ECTS-Grades nach dem folgenden System vergeben:

A	=	die besten 10 %
B	=	die nächsten 25 %
C	=	die nächsten 30 %
D	=	die nächsten 25 %
E	=	die nächsten 10 %
FX/F	=	nicht bestanden
- (7) Urkunden über Hochschulgrade können mehrsprachig ausgestellt werden (§ 66 Abs. 3 HG).

§ 30**Zusatzmodule**

Die Studierenden können sich in weiteren als den vorgeschriebenen Modulen einer Prüfung unterziehen. Das Ergebnis dieser Modulprüfungen wird auf Antrag in das Zeugnis aufgenommen, jedoch bei der Festsetzung der Gesamtnote nicht berücksichtigt.

VII. Schlussbestimmungen**§ 31****Einsicht in die Prüfungsakte**

- (1) Nach Abschluss des Prüfungsverfahrens wird den Prüflingen auf Antrag Einsicht in ihre schriftlichen Prüfungsarbeiten, die darauf bezogenen Gutachten der Prüfer und in die Prüfungsprotokolle gewährt.
- (2) Die Einsichtnahme ist binnen eines Jahres nach Aushändigung des Prüfungszeugnisses oder des Bescheides über die nicht bestandene Bachelorprüfung zu beantragen. § 32 des Verwaltungsverfahrensgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen über die Wiedereinsetzung in den vorigen Stand gilt entsprechend. Der Antrag ist bei dem vorsitzenden Mitglied des Prüfungsausschusses zu stellen. Dieser bestimmt Ort und Zeit der Einsichtnahme.
- (3) Die Einsichtnahme in die Prüfungsunterlagen, die sich auf eine Modulprüfung oder eine ergänzende Studienleistung beziehen, wird auf Antrag bereits nach Ablegung der jeweiligen Prüfung gestattet. Der Antrag ist binnen eines Monats nach Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses zu stellen. Im Übrigen gilt Abs. 2 entsprechend.

§ 32**Ungültigkeit von Prüfungen**

- (1) Hat ein Prüfling bei einer Prüfung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses und der Urkunde bekannt, so kann der Prüfungsausschuss nachträglich die betroffenen Noten entsprechend berichtigen und die Prüfung ganz oder teilweise für nicht bestanden erklären.
- (2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass der Prüf-

ling hierüber täuschen wollte und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses und der Urkunde bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Würde die Zulassung vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, so entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des Verwaltungsverfahrensgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen über die Rechtsfolgen.

- (3) Den Betroffenen ist vor einer Entscheidung Gelegenheit zur Äußerung zu geben.
- (4) Das unrichtige Prüfungszeugnis und die Urkunde sind einzuziehen und gegebenenfalls neu zu erteilen. Eine Entscheidung nach Absatz 1 und Absatz 2 Satz 2 ist nach einer Frist von fünf Jahren ab dem Datum des Prüfungszeugnisses und der Urkunde ausgeschlossen.

§ 33

In-Kraft-Treten, Veröffentlichung

Diese Bachelorprüfungsordnung wird im Verkündungsblatt der Fachhochschule Bielefeld – Amtliche Bekanntmachungen – bekannt gegeben. Sie tritt einen Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft.

Diese Ordnung hat Gültigkeit für alle Studierende, die ab dem Wintersemester 2011/12 immatrikuliert werden. Studierende, die vor dem Wintersemester 2011/12 eingeschrieben wurden, können auf Antrag einen Wechsel von der alten in die neue Prüfungsordnung vornehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaft der Fachhochschule Bielefeld vom 18.01.2012. Bielefeld, den 13.03.2012.

Bielefeld,
17.09.2014
Die Präsidentin
der Fachhochschule Bielefeld

Professorin Dr. B. Rennen-Allhoff

Anlage 1

Studienverlaufsplan mit Angaben zu Modulnummer, Bezeichnung, Umfang und Lehrform und Leistungspunkten (CP):

30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	32 ECTS	28 ECTS	30 ECTS
1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
5 WP 01 Allgemeine Psychologie 1 4 SU 5 CP	5 WP 05 Allgemeine Psychologie 2 4 SU 5 CP	5 WP 08 Personal- und Organisationspsychologie 4 SU 5 CP	5 WP 11 Psychologie abweichenden Verhaltens 4 SU 5 CP	Wahlpflichtfach 3 (Vertiefung) 4 SU 6 CP	5 WP 48 Praxisphase - 18 CP
5 WP 02 Persönlichkeitspsychologie 4 SU 5 CP	5 WP 06 Arbeits- und Ingenieurpsychologie 4 SU 5 CP	5 WP 09 Markt- und Werbepsychologie 4 SU 5 CP	5 WP 12 Diagnostik und Evaluation 2 SU + 2 Ü 5 CP	Wahlpflichtfach 4 (Vertiefung) 4 SU 6 CP	5 WP 49 Bachelorarbeit - 12 CP
5 WP 03 Sozialpsychologie 4 SU 5 CP	5 WP 07 Methodenlehre 2 2 SU + 2 Ü 5 CP	5 WP 10 Psychologie makroökonomischer Prozesse 4 SU 5 CP	5 WP 13 Marktforschung 2 SU + 2 Ü 5 CP	weiteres Wahlpflichtfach 4 SU 6 CP	
5 WP 04 Methodenlehre 1 2 SU + 2 Ü 5 CP	5 CFR 07 Rechnungswesen für Wirtschaftspsychologen 4 SU 5 CP	5 RE 21 Recht für Wirtschaftspsychologen 4 SU 5 CP	5 WP 16 Pädagogische Psychologie ¹ 4 SU 5 CP	5 WP 14 Wirtschaftspsychologisches Projekt 4 P 10 CP	
5 MG 05 BWL für Wirtschaftspsychologen 4 SU 5 CP	5 VWL 06 VWL für Wirtschaftspsychologen 4 SU 5 CP	5 WP 15 Produktion und Absatz für Wirtschaftspsychologen 4 SU 5 CP	Wahlpflichtfach 1 (Vertiefung) 4 SU 6 CP		
5 M/S 05 Statistik für Wirtschaftspsychologen 4 SU 5 CP	5 SP 06 Englisch für Wirtschaftspsychologen 4 SU 5 CP	5 MG 01 Kommunikations- und Managementkompetenz 4 SU 5 CP	Wahlpflichtfach 2 (Vertiefung) 4 SU 6 CP		

¹Studierende, die sich im Wintersemester 2014/2015 im vierten oder in einem höheren Fachsemester befinden, können ab dem Sommersemester 2015 ersatzweise statt des Moduls „Pädagogische Psychologie“ das Modul „Cross Culture“, das in einem anderen Studiengang des Fachbereichs Wirtschaft und Gesundheit angeboten wird, besuchen.

Anlage 2

Wahlpflichtmodule:

Jeder Studierende muss eine Vertiefungsrichtung wählen, dabei stehen als alternative Vertiefungsrichtungen „Marketing“ sowie „Personal und Organisation“ zur Auswahl. Der Studienplan sieht vor, dass jeder Studierende im 4. und im 5. Semester jeweils zwei Wahlpflichtmodule der von ihm gewählten Vertiefungsrichtung zu belegen hat.

zu belegende Wahlpflichtmodule		
Vertiefungsrichtungen	4. Semester	5. Semester (Auswahl ggf. eingeschränkt durch das aktuelle Lehrangebot)
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 5 MKT 32 Marketing-Mix 1 • 5 MKT 33 Marketing-Mix 2 	zwei Module aus: <ul style="list-style-type: none"> • 5 MKT 34 Vertriebsmanagement • 5 MKT 35 Marketing-Management • 5 MKT 37 Markenmanagement • 5 MKT 39 Spezielle Marketingformen
Personal und Organisation	<ul style="list-style-type: none"> • 5 P/O 32 Personalwirtschaft 1 • 5 P/O 33 Arbeitsrecht 	zwei Module aus: <ul style="list-style-type: none"> • 5 P/O 31 Betriebsorganisation 1 • 5 P/O 34 Betriebsorganisation 2 • 5 P/O 35 Personalwirtschaft 2 • 5 P/O 37 Personalmanagement mit SAP HCM • 5 P/O 38 Personalentwicklung und organisationales Lernen

Darüber hinaus müssen die Studierenden im 5. Semester ein weiteres Wahlpflichtmodul belegen. Dieses weitere Wahlpflichtmodul kann beliebig aus dem noch nicht genutzten Angebot der beiden Vertiefungsrichtungen (siehe oben) oder den nachfolgend aufgeführten Modulen ausgewählt werden (Auswahl ggf. eingeschränkt durch das aktuelle Lehrangebot).

5 MG 04	Cross Culture
5 MG 31	Internationales Export Management
5 MKT 01	Internationales Marketing
5 MKT 38	Wirtschaftsethik
5 P/L 37	Projektmanagement im Bereich Operations
5 P/O 01	Personalführung
5 MG 07	Organisation und Management
5 RE 11	Recht des unlauteren Wettbewerbs und Kartellrecht
5 WI 01	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik
5 SP 40	Presentations and Meetings

Kürzel der Lehrformen

VL	- Vorlesung	P	- Praktikum/Projekt
SU	- seminaristischer Unterricht	S	- Seminar
Ü	- Übung		

Anlage 3: Modulbeschreibungen

1. Semester

Modul-Nr./ Code	5 WP 01
Modulbezeichnung	Allgemeine Psychologie 1
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der Themen der Allgemeinen Psychologie als Grundlagendisziplin der Psychologie. Kennen und Verstehen der grundlegenden Theorien und Modelle der Wahrnehmungs- und Kognitionspsychologie sowie der Bewegungssteuerung. Anwendung der theoretischen Erkenntnisse auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Allgemeine Psychologie 1“ werden grundlegende Theorien und Modelle der menschlichen Wahrnehmung, Aufmerksamkeit und des Bewusstseins sowie der Steuerung von Bewegungen thematisiert. Theoretische Ansätze, methodische Vorgehensweisen und aktuelle Forschungsrichtungen werden kritisch diskutiert. <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Psychologie als psychologische Grundlagendisziplin

	<ul style="list-style-type: none"> • Visuelle Wahrnehmung: Physiologie, Objekt- und Farbwahrnehmung, Tiefen- und Größenwahrnehmung • Auditive Wahrnehmung: Physiologie, Identifikation und Lokalisation von Schallereignissen • Somatosensorische Wahrnehmung • Chemische Wahrnehmung • Aufmerksamkeit: Physiologie, selektive und geteilte Aufmerksamkeit • Bewusstsein und Schlaf • Bewegungssteuerung: Physiologie, motorische Kontrolle
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Myers, David G. (2005). Psychologie. Berlin: Springer. • Müsseler, Jochen & Prinz, Wolfgang (Hrsg.) (2002). Allgemeine Psychologie. Heidelberg: Spektrum. • Schandry, Rainer (2006). Biologische Psychologie. Ein Lehrbuch. Weinheim: Beltz PVU. • Goldstein, Bruce E. (2008). Wahrnehmungspsychologie. Der Grundkurs. Berlin: Springer. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 02
Modulbezeichnung	Persönlichkeitspsychologie
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Dirk Martinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Martinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der unterschiedlichen Erklärungsansätze für das Konstrukt der Persönlichkeit. Fähigkeit, die unterschiedlichen Theoriegruppen in ihren Beschreibungsansätzen zu differenzieren und bzgl. ihrer Güte zu beurteilen. Etablieren eines eklektischen Ansatzes zur finalen Beschreibung des Konstrukts.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Persönlichkeitspsychologie“ werden grundlegende Aspekte zur Erklärung und Beschreibung der Persönlichkeit thematisiert. Die verschiedenen Vorstellungen unterschiedlicher Theoriegruppen werden anhand des aktuellen Forschungsstands vorgestellt sowie bzgl. ihrer Güte, möglicher Überschneidungen und der durch die Theorien erklärten Aspekte der Persönlichkeit kritisch diskutiert. Anhand von Beispielen aus der persönlichen Erfahrung der Studierenden sowie in arbeitspsychologischem Kontext werden die Plausibilität der Theorien

	<p>kritisch hinterfragt sowie Implikationen für die wirtschaftspsychologische Anwendung, so z. B. bei der Personalauswahl, erarbeitet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition der Persönlichkeit, Themenbereiche der Persönlichkeitspsychologie • Dispositionale Theorien: Type vs. Trait, Faktorenanalyse, Traittheorien, Interaktionismus • Biologische Theorien: Genetik, Zwillings- und Adoptionsstudien, Anlage-Umwelt-Debatte, biologische Prozesse, Evolution • Psychoanalytische Theorien: topografisches Modell der Psyche, strukturelles Persönlichkeitsmodell, Triebe, psychosexuelle Entwicklung, Abwehrmechanismen • Neoanalytische Theorien: Ich-Autonomie, Effekt- und Kompetenzmotivation, Unterlegenheitsmotivation, Ich-Kontrolle und Ich-Resilienz, Entwicklung des Ich, psychosoziale Theorien • Lerntheorien: klassische und instrumentelle Konditionierung, sozial-kognitive Lerntheorien, Beobachtungslernen • Phänomenologische Theorien: humanistische Theorie, Selbstbestimmungstheorie der Motivation, Theorie der persönlichen Konstrukte • Theorien der kognitiven Selbst-Regulation: Informationsverarbeitung, Entscheidungen, Zielerreichung • Überschneidungen und Gemeinsamkeiten der Theorien, Eklektischer Ansatz zur Beschreibung der Persönlichkeit
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Carver, C. S. & Scheier, M. F. (2007). Perspectives on Personality (6th International Edition). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. • Maltby, J., Day, L. & Macaskill, A. (2009). Personality, Individual Differences and Intelligence (2nd Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall International. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 03
Modulbezeichnung	Sozialpsychologie
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dipl.-Psych. Kleinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dipl.-Psych. Kleinke, Prof. Dr. Reichart, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Reflektieren der grundlegenden Erkenntnisse zu den Bereichen der Gruppenpsychologie, des sozialen Urteilens, Einstellungen und Einstellungsänderung sowie der Massenpsychologie. Anwenden der theoretischen Erkenntnisse auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen.
Inhalte des Moduls	Das Modul „Sozialpsychologie“ thematisiert klassische und aktuelle Theorien, Methoden und Themenbereiche der Sozialpsychologie. Hierbei werden den Studierenden vor allem Erklärungsmodelle der Psychologie des Gruppenverhaltens bis hin zu massenpsychologischen Phänomenen und der sozialen Urteilsbildung sowie Theorien zur Psychologie der Einstellungsbildung und -veränderung anhand empirischer Schlüsselstudien vorgestellt. Ein weiterer Fokus liegt auf der Anwendung der empirischen Methodik auf sozialpsychologische Fragestellungen. <ul style="list-style-type: none"> • Soziale Informationsverarbeitung

	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenpsychologische Grundlagen: Gruppenarten und –prozesse, Intergruppenbeziehungen, Interaktion, Sprache und Kommunikation • Sozialisation: Soziale Urteile, Einstellungen und Einstellungsänderungen, interpersonale Beziehungen • Massenpsychologie • Die Psychologie des Überzeugens
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2008). Sozialpsychologie (6. Aufl.). München: Pearson Studium. • Cialdini, R. (2009). Die Psychologie des Überzeugens (6. überarbeitete Auflage). Bern: Huber. • Jonas, K., Stroebe, W., Hewstone, M., & Reiss, M. (2007). Sozialpsychologie – Eine Einführung. Berlin: Springer. • Werth, L., & Mayer, J. (2007). Sozialpsychologie. Berlin: Spektrum Akademischer Verlag. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie.</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 04
Modulbezeichnung	Methodenlehre 1
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Martinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Martinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Differenzierung zwischen Alltagsdenken und wissenschaftlichem Denken. Kennen und Verstehen des forschungslogischen Ablaufs von der Gewinnung bis zur Beurteilung wissenschaftlicher Erkenntnisse. Kennen der Beobachtung und der Befragung sowie Anwendung dieser Erhebungsmethoden. Fähigkeit zur Beurteilung empirischer Forschungsergebnisse.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Methodenlehre 1“ werden grundlegende Aspekte der korrekten methodischen Vorgehensweise bei der Erhebung und Beurteilung von Daten thematisiert sowie mögliche Probleme und Fehlerquellen bei der Datenerhebung und Präsentation empirisch gewonnener Ergebnisse veranschaulicht. Anhand von Beispielen, so z. B. aus den Printmedien, werden statistische Darstellungen als Untermauerung spezifischer Hypothesen kritisch diskutiert. Beispiele aus der wirtschaftspsychologischen Praxis werden genutzt, um die Erhebungsmethoden der Beobach-

	<p>tung und der Befragung zu erarbeiten und bzgl. ihrer Güte zu beurteilen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trennung zwischen alltagspsychologischem und wissenschaftlichem Denken • Induktionsschluss, Induktionsproblem, Falsifikationsprinzip • Hypothesenbildung, Kausalität • Präsentation von deskriptiven Daten, Verfälschungen bei der Darstellung • Beobachtung, Zeichensysteme, Kategoriensysteme, Ratings • Beobachtungsverzerrungen, Beobachtungsgüte • Befragung, Testarten, Konstruktionsprinzipien, Aufgabenformate • Befragungsgüte, Klassische Testtheorie, Itemanalyse
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Übung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler (4. Auflage). Berlin, Heidelberg, New York: Springer. • Sarris, V. & Reiß, S. (2005). Kurzer Leitfaden der Experimentalpsychologie. München: Pearson Studium. • Bühner M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion (3. Auflage). München: Pearson Studium. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 MG 05
Modulbezeichnung	BWL für Wirtschaftspsychologen
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Burchert
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Burchert, Prof. Dr. Settnik, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Teilnehmer sind am Ende der Veranstaltung in der Lage, grundlegende betriebswirtschaftliche Fragestellungen zu erkennen, zu analysieren und in ihrer Beziehung zum Ganzen des Betriebes zu sehen. Durch Übungen sind sie zu einem ersten tieferen Verständnis hinsichtlich Entscheidungen über betriebliche Strukturen und Prozesse gelangt.
Inhalte des Moduls	Auseinandersetzung mit dem betriebswirtschaftlichen Ansatz: <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre • Einführung in das Berufsfeld • Einordnung der BWL als wissenschaftliche Disziplin • Das ökonomische Prinzip als Grundlage der Wirtschaftswissenschaften • Begriff Betrieb und Unternehmung System der betriebswirtschaftlichen Produktionsfaktoren

	<p>ren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebsmittel • Arbeitskräfte • Werkstoffe <p>Leistungs- und Finanzwirtschaftliche Prozesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschaffung, Produktion, Absatz, Logistik und Entsorgung • Finanzierung, Investition, Betriebliches Rechnungswesen <p>Führung und Organisation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenanalyse und -synthese • Leitungssysteme und Führungsstile • Aufbau- und Ablauforganisation <p>Grundmodell der Entscheidungstheorie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verwendung von Modellen als methodischer Ansatz der BWL • Elemente eines Entscheidungsmodells: Handlungsalternativen, Rahmenbedingungen, Zielsetzungen, Handlungsfolgen <p>Entscheidungsorientierte Behandlung grundlegender Fragestellungen im Struktur- und Prozessbereich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechtsform- und Standortwahl • Entscheidungen über Unternehmensverbindungen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Arens-Fischer, W. und Th. Steinkamp (2000): Betriebswirtschaftslehre. München und Wien. • Hering, Th. und Chr. Toll (2010): BWL-Klausur. Aufgaben und Lösungen für Studienanfänger, 2. Aufl., München. • Thommen, J.-P. und A.-K. Achleitner (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 6. Aufl., Wiesbaden. • Wöhe, G. und U. Döring (2010): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 24. Aufl., München.

Modul-Nr./ Code	5 M/S 05
Modulbezeichnung	Statistik für Wirtschaftspsychologen
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Martinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Martinke, Prof. Kohn, Prof. Öztürk, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ETCS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der grundlegenden Nutzung von empirisch gewonnenen Daten, in Bezug auf deren zusammenfassende Beschreibung sowie der Schlussfolgerung auf theoretisch zugrundeliegende Populationen. Anwendung der uni- und bivariaten parametrischen Statistik auf konkrete Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie. Fähigkeit zur Beurteilung von empirischen Auswertungen bzgl. ihrer statistischen Qualität.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Häufigkeitsfunktion • Mittelwert • Quantile • Grafische Darstellung einer Verteilung • Varianz, Standardabweichung, Variationskoeffizient

	<ul style="list-style-type: none"> • Grafische Darstellung von zwei Merkmalen • Korrelation • Lineare Regressionsanalyse • Grundzüge der Wahrscheinlichkeitsrechnung • Wahrscheinlichkeitsverteilungen • Normalverteilung • Weitere Wahrscheinlichkeitsverteilungen • Schätzen • Stichproben und deren Verteilungen • Konfidenzintervalle • Parametrische Tests
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht: Vortrag, Beispiele, Aufgaben
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Computergestützte Statistik mit R und Einführung in SPSS
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bortz, J. & Schuster, C. (2010). Statistik: Für Human- und Sozialwissenschaftler (7. Aufl.). Heidelberg: Springer Verlag. • Dalgaard. Introductory Statistics with R. Springer. New York. 2008. • Kohn. Statistik. Datenanalyse und Wahrscheinlichkeitsrechnung. Springer Verlag. 2004. • Kohn & Öztürk. Statistik für Ökonomen. Springer Verlag. 2010. • Anderson, Sweeney, Williams. Statistics for Business and Economics. Thomson Learning. 8 Ed. 2002.

2. Semester

Modul-Nr./ Code	5 WP 05
Modulbezeichnung	Allgemeine Psychologie 2
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der grundlegenden Theorien und Modelle der Lern- und Gedächtnispsychologie, der Denkpsychologie, der Motivations- und Emotionspsychologie. Anwendung der theoretischen Erkenntnisse auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Allgemeine Psychologie 2“ werden grundlegende Theorien und Modelle des menschlichen Lernens und der menschlichen Informationsverarbeitung, des Denkens und Problemlösens, der Motivation und Emotion thematisiert. Theoretische Ansätze, methodische Vorgehensweisen und aktuelle Forschungsrichtungen werden kritisch diskutiert. <ul style="list-style-type: none"> • Lernen: Lerntheorien: klassisches und operantes Konditionieren, soziales Lernen, implizites Lernen, Kategorienbildung und Wissenserwerb • Gedächtnis: Modelle, Gedächtnisformen, Enco-

	<p>dieren, Abrufen, Lerntechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivation und Volition: Motivationstheorien, spezifische Motive, z.B. Anschluss-, Aggressions-, Neugier-, Leistungsmotiv • Emotion: physiologische Grundlagen, Emotionstheorien, Emotionsausdruck
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Myers, David G. (2005). Psychologie. Berlin: Springer. • Lefrancois, Guy R. (2006). Psychologie des Lernens. Berlin: Springer. • Dörner, Dietrich (2003). Die Logik des Mißlingens. Strategisches Denken in komplexen Situationen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. • Heckhausen, Jutta & Heckhausen Heinz (Hrsg.) (2005). Motivation und Handeln. Berlin: Springer. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 06
Modulbezeichnung	Arbeits- und Ingenieurpsychologie
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der grundlegenden Theorien, Modelle und Forschungsergebnisse zu den Wirkungen von Arbeit und zur Gestaltung menschengerechter Arbeitsbedingungen. Anwenden der grundlegenden theoretischen und empirischen Erkenntnisse auf spezifische Fragestellungen der Gestaltung von Arbeitsaufgaben, Arbeitsmittel, der Arbeitsumwelt und Rahmenbedingungen von Arbeit.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Arbeits- und Ingenieurpsychologie“ werden grundlegende Aspekte der Arbeitsbelastung, Arbeitszufriedenheit und -motivation, der Handlungsregulation in der Arbeit sowie der Gestaltung von Arbeitsaufgaben, Arbeitsmitteln, der Arbeitsumwelt und der zeitlichen Rahmenbedingungen von Arbeit thematisiert. Theoretische Ansätze, methodische Vorgehensweisen und aktuelle Forschungsergebnisse werden kritisch diskutiert. Eigene Untersuchungsan-

	<p>sätze zur Erfassung der Wirkungen von Arbeit und der Ableitung von Gestaltungsempfehlungen werden erarbeitet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeits- und Ingenieurpsychologie angewandte Teildisziplin der Psychologie • Belastung, Beanspruchung, Stress, Burnout • Theorien der Arbeitszufriedenheit und -motivation • Handlungstheoretische Ansätze • Gestaltung von Mensch-Maschine- und Mensch-Computer-Systemen • Beleuchtung, Schall und Lärm am Arbeitsplatz • Arbeitszeitmodelle, Schicht- und Nachtarbeit • Analyse und Bewertung von Arbeitssystemen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Einführung in das wirtschaftspsychologische Labor zu arbeits- und ingenieurpsychologischen Fragestellungen
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Ulich, Eberhard (2005). Arbeitspsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Freeling, Ekkehart & Sonntag, Karlheinz (1999). Arbeitspsychologie. Bern: Huber. • Schlick, Christopher; Bruder, Ralph & Luczak, Holger (2010). Arbeitswissenschaft. Berlin: Springer • Herczeg, Michael (2005). Software-Ergonomie. Grundlagen der Mensch-Computer- Kommunikation. München: Oldenbourg <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 07
Modulbezeichnung	Methodenlehre 2
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dipl.-Psych. Kleinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dipl.-Psych. Kleinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der Methodik zur experimentellen Datenerhebung. Fähigkeit, experimentelle Untersuchungen bzgl. ihrer Güte und möglicher Validitätsgefährdungen zu beurteilen. Kennen und Verstehen des qualitativen Forschungsprozesses und der dort zur Anwendung kommenden Methoden zur Datenerhebung und -auswertung. Anwenden qualitativer Interviewmethoden. Kennen und Anwenden der formalen Richtlinien zum Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten. Fähigkeit zum Umgang mit wissenschaftlichen Texten sowie der Recherche solcher Texte zu einem bestimmten Anwendungsgebiet.
Inhalte des Moduls	Das Modul „Methodenlehre 2“ gliedert sich in drei Teilbereiche. Zunächst werden in der Weiterführung der Veranstaltung „Methodenlehre 1“ das Experiment als Datenerhebungsmethode thematisiert und die Kriterien zur Beurteilung experimentell gewonnener Ergebnisse

	<p>erarbeitet. Hierzu wird anhand von Beispielen aus dem arbeitspsychologischen Kontext vor allem der Rückschluss auf Kausalität kritisch diskutiert.</p> <p>In zweiten Teil der Veranstaltung wird der qualitative Forschungsprozess einschließlich qualitativer Methoden zur Datenerhebung und –auswertung thematisiert. Den Schwerpunkt bilden dabei die Durchführung und Auswertung qualitativer Interviews.</p> <p>Im dritten Teil der Veranstaltung wird der Umgang mit wissenschaftlichen Texten von der Recherche zu einer konkreten Fragestellung bis hin zu dem Verfassen eigener Arbeiten behandelt. Orientiert an konkreten Fragestellungen werden Recherchewege aufgezeigt sowie die formalen Anforderungen an das Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten verdeutlicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Systematik von Versuchsplänen, strenges Experiment, Quasi-Experiment, Ex-post-facto-Design, korrelative Untersuchungen, vorexperimentelle Untersuchungen • Formen des strengen Experiments, Randomisierung, Messwiederholung, Blockbildung, Mischversuchspläne • Quasiexperimentelle Designs, Designelemente • Validitätsgefährdungen • Stationen des qualitativen Forschungsprozesses • Qualitative Befragungs- und Beobachtungsmethoden • Qualitative Auswertungsmethoden • Qualitative Inhaltsanalyse • Aufbau und Lesen wissenschaftlicher Texte • Literaturrecherche • Schreiben von Haus-, Seminar- oder Abschlussarbeiten, Zitieren und Formvorschriften nach APA und DGPs
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Übung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Shadish, W. R.; Cook, T. D.; Campbell, D. T. (2002). Experimental and quasi-Experimental designs for generalized causal inference. Boston: Houghton Mifflin Company. • Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. Weinheim: PVU • American Psychological Association (2009). Publication manual of the American Psychological Association (6th Edition). Washington, DC: APA. • Deutsche Gesellschaft für Psychologie (2007). Richtlinien zur Manuskriptgestaltung (3 Auflage). Göttingen: Hogrefe. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 CFR 07
Modulbezeichnung	Rechnungswesen für Wirtschaftspsychologen
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Koch
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Bührens, Prof. Dr. Koch, Prof. Dr. Schneider, Prof. Dr. Settnik, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Stu- dium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten No- ten wird anschließend durch die Gesamtzahl der ein- bezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden können eine Einordnung der Aufga- ben des betrieblichen Rechnungswesens als Informa- tionssystem in die Funktionsbereiche des Unterneh- mens vornehmen, indem sie <ul style="list-style-type: none"> - einen Überblick über das externe sowie das in- terne Rechnungswesen erhalten und diese Teilbereiche voneinander abzugrenzen lernen, - im Rahmen der externen Rechnungslegung einfache Geschäftsvorfälle buchhalterisch ab- bilden und auf ihre Auswirkung in Bezug auf den Jahresabschluss beurteilen können, - einen Einblick in die gesetzlichen Vorschriften externer Rechnungslegung auf nationaler (HGB) und internationaler Ebene (IFRS) be- kommen, - den Aufbau der internen Rechnungslegung kennen lernen, insbesondere die drei Stufen

	der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR),
Inhalte des Moduls	<p>Externes Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundstruktur des betrieblichen Rechnungswesens • Grundbegriffe (Rechenelemente) im Rechnungswesen • Rechtsgrundlagen auf nationaler Basis • Grundlagen Buchführung • Bilanzinhalte • Bilanzgliederung • Bilanzierung und Bewertung ausgewählter Aktiva • Bilanzierung und Bewertung ausgewählter Passiva • Erfolgsrechnung • Grundzüge internationaler Rechnungslegung (IFRS) <p>Internes Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenkategorien und Kostenfunktionen • Abgrenzungsrechnung als Bindeglied zwischen externem und internem Rechnungswesen • Grundzüge der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung (insbesondere Kalkulationsverfahren)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, ggf. Einsatz eines Planspiels in der Kostenrechnung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, Winklers Verlag, Wöhe, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, jeweils die aktuelle Auflage.

Modul-Nr./ Code	5 VWL 06
Modulbezeichnung	VWL für Wirtschaftspsychologen
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. von Rüden
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Carstensen, Prof. Dr. Pannenberg, Prof. Dr. von Rüden, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur u./o. Hausarbeit, Präsentation, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen das Verhalten von privaten Haushalten und Unternehmen auf Märkten erklären zu können. Die dabei verwandten Modelle sollen eigenständig angewandt und kritisch hinterfragt werden können. Mit Hilfe von Experimenten und Erkenntnissen der Spieltheorie sollen die Studierenden befähigt sein die gewonnenen Erkenntnisse vertiefen und erweitern zu können.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Menschenbild der Ökonomen • Grundlagen der Spieltheorie • Verbraucherverhalten auf Güter- und Faktormärkten • Verhalten von Unternehmungen • Verhalten von Organisationen • Märkte und Marktprozesse • Ökonomie in Experimenten

Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Aktive Beteiligung an Experimenten
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Dixit, A.K. und Nalebuff, B.J. (1997), Spieltheorie für Einsteiger, Schäffer-Poeschel, • Frank, Robert H. (2005), Microeconomics and Behavior, Mcgraw-Hill, • Häring, N. und Storbeck, O. (2007), Ökonomie 2.0, Schäffer-Poeschel, • Pindyck, R.S. und Rubinfeld, D.L. (2009), Mikroökonomie, Pearson Studium.

Modul-Nr./ Code	5 SP 06
Modulbezeichnung	Englisch für Wirtschaftspsychologen
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	OStR Frau Sommer
Name der/des Hochschullehrer/s	OStR Frau Sommer, Frau Jerominek, Herr Kantar, N.N.
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden eignen sich Grundkenntnisse der englischen Wirtschaftssprache an. Dazu zählen: <ul style="list-style-type: none"> • Vorkenntnisse aktivieren • wirtschaftliches Basisvokabular erwerben • Hör- und Leseverstehen erweitern • Selbständigkeit im mündlichen und schriftlichen Ausdruck im Unternehmensumfeld erwerben • Fertigkeiten in Teamwork und Präsentation erweitern Erwerb des Niveaus B2 gemäß GER (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen)
Inhalte des Moduls	Behandelt werden <ul style="list-style-type: none"> • kommunikative Fertigkeiten wie Kontaktaufnahme, Telefonieren und Korrespondenz, • fachliche Bereiche wie Marketing, Werbung, werbepsychologische Aspekte, Personal/Organisation, Rechnungswesen, Rechtsformen von Unternehmen sowie das ökonomische

	<p>Umfeld von Unternehmen. Auf Besonderheiten englischer Fachsprache wird entsprechend der Anforderungen des jeweiligen Studienganges eingegangen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fallstudie mit Durchlauf durch diverse Funktionsbereiche eines Unternehmens. • Simulationen in Gruppenarbeit incl. Präsentationen und Berichte • Coaching von Kommunikationssituationen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Präsentationen, Rollenspiele, Fallstudienbearbeitung in Teams
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • B for Business, Hueber, • Internetquellen, u.a. times 100

3. Semester

Modul-Nr./ Code	5 WP 08
Modulbezeichnung	Personal- und Organisationspsychologie
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der grundlegenden Erkenntnisse zu den Wechselwirkungen zwischen den individuellen Merkmalen des Organisationsmitglieds und den Anforderungen und Angeboten der Organisation. Anwenden der grundlegenden theoretischen Erkenntnisse auf die Gestaltung von Personalauswahl und –entwicklungsverfahren, der Steuerung von Führungsprozessen und Teamarbeit sowie der Konzeption zur Maßnahmen zur Organisationsentwicklung.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Personal- und Organisationspsychologie“ werden grundlegende Theorien und Modelle der Personalauswahl und Personalentwicklung, der Mitarbeiterführung, der Zusammenarbeit in Teams und Gruppen sowie von Organisationskultur und der Organisationsentwicklung thematisiert. Theoretische Ansätze, methodische Vorgehensweisen und aktuelle For-

	<p>schungsergebnisse werden kritisch diskutiert. Eigene Erfahrungen im Umgang mit Mitarbeitern bei betrieblichen Veränderungsprozessen werden im Planspiel erlebt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal- und Organisationspsychologie angewandte Teildisziplin der Psychologie • Das Individuum: Passung zwischen Individuum und Organisation, Personalauswahl, Personalbeurteilung, Personalentwicklung • Die Gruppe: Führung, Führungstheorien, Gruppen und Teamarbeit, Konflikte in Teams, Mobbing • Die Organisation: Organisationsklima und Organisationskultur, Vorgehen und Methoden der Organisationsentwicklung, Umgang mit Widerständen in Veränderungsprozessen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Einführung in das wirtschaftspsychologische Labor zu personal- und organisationspsychologischen Fragestellungen
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Rosenstiel, Lutz von (2007). Grundlagen der Organisationspsychologie. Basiswissen und Anwendungshinweise. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. • Schuler, Heinz (Hrsg.) (2007). Lehrbuch Organisationspsychologie. Bern: Hans Huber. • Weinert, Ansfried B. (2004). Organisations- und Personalpsychologie. Weinheim: PVU. • Robbins, Stephen P. (2001). Organisation der Unternehmung. München: Pearson Studium. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 09
Modulbezeichnung	Markt- und Werbepsychologie
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dipl.-Psych. Kleinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dipl.-Psych. Kleinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und kritisches Reflektieren der aktuellen Erkenntnisse zur Interaktion zwischen Konsumentenverhalten und Marktgestaltung sowie deren Modifikation.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Markt- und Werbepsychologie“ werden psychologische Erklärungsansätze für das Konsumentenverhalten sowie Modelle für die Wirkung unterschiedlicher Aspekte der Angebotsgestaltung auf das Wahl- und Kaufverhalten thematisiert. Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die psychologischen Interaktionsprozesse von Kundenentscheidung und Marktangebot und lernen diese zu optimieren und zielorientiert zu gestalten. <ul style="list-style-type: none"> • Kaufentscheidungsformen und –prozesse und ihre psychologischen Erklärungsansätze: Wahrnehmung, Informationsverarbeitung, Gedächtnis, Einstellungen, Gruppenverhalten • Kundentypologien

	<ul style="list-style-type: none"> • Psychologische Aspekte der Produkt-, Preis- und Werbegestaltung und des Verkaufs, Medienpsychologie • Markt- und werbepsychologische Wirkungsmodelle • Psychologie konsumrelevanter Gewohnheiten • Psychologie konsumrelevanter Einstellungen • Psychologie konsumrelevanter Gruppeneinflüsse: vom Haushalt bis zum kulturellen Kontext
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Einführung in das wirtschaftspsychologische Labor zu markt- und werbepsychologischen Fragestellungen
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Cialdini, R. (2009). Die Psychologie des Überzeugens (6. überarbeitete Auflage). Bern: Huber. • Felser, G. (2007). Werbe- und Konsumentenpsychologie (3. Aufl.). Heidelberg: Spektrum Verlag. • Mayer, H. & Illmann, T. (2000). Markt- und Werbepsychologie (3. Aufl.). Stuttgart: Schäffer Pöschel. • Moser, K. (2007). Wirtschaftspsychologie. Berlin: Springer Verlag. • Werth, L. (2009). Psychologie für die Wirtschaft. Berlin: Spektrum Akademischer Verlag. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie.</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 10
Modulbezeichnung	Psychologie makroökonomischer Prozesse
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur u./o. Hausarbeit, Präsentation, mündliche Prüfung ¹
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der grundlegenden Theorien, Modelle und Forschungsergebnisse über die Zusammenhänge zwischen wirtschaftlicher Entwicklung und Erleben und Verhalten von Bürgern. Anwenden der grundlegenden theoretischen und empirischen Erkenntnisse auf eine spezifische Fragestellung der Gestaltung wirtschaftspolitischer Maßnahmen.

¹ Redaktionell geändert am 08.09.2017

Inhalte des Moduls	<p>Im Modul „Psychologie makroökonomischer Prozesse“ werden psychologische Erklärungsansätze für die Wechselwirkung zwischen gesamtwirtschaftlicher Entwicklung und dem Erleben und Verhalten von Bürgern thematisiert. Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die psychologischen Hintergründe der beruflichen Tätigkeit von Bürgern, ihrem Umgang mit Geld sowie ihren Erleben in Hinblick auf Gesundheit, Umwelt und Bürgerschaft.</p> <ul style="list-style-type: none">• Langfristige wirtschaftliche Entwicklung und Unternehmertum
--------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Kurzfristige wirtschaftliche Entwicklung und der Einfluss von Erwartungen und Stimmungen • Gesellschaftliche Werte und ihre ökonomischen Konsequenzen • Ressource Beruf: Berufswahl, Arbeitslosigkeit und Schattenwirtschaft • Ressource Geld: Wahrnehmung und Wert, Sparen und Verschulden, Anlegerverhalten, Steuerehrlichkeit und Steuerhinterziehung • Ressource Gesundheit und Lebenszufriedenheit, Nachhaltigkeit und Umweltschutz, bürgerliches Engagement
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Einführung in das wirtschaftspsychologische Labor zu psychologischen Aspekten gesamtgesellschaftlicher Fragestellungen
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Wiswede, Güner (2007). Einführung in die Wirtschaftspsychologie. München: Ernst Reinhardt. • Moser, Klaus (Hrsg.) (2007). Wirtschaftspsychologie. Heidelberg: Springer. • Kirchler, Erich M. (2003). Wirtschaftspsychologie. Grundlagen und Anwendungsfelder der Ökonomischen Psychologie. Göttingen: Hogrefe. • Pelzmann, Linda (2010). Wirtschaftspsychologie. Behavioral Economics, Behavioral Finance, Arbeitswelt. Wien: Springer. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie.</p>

Modul-Nr./ Code	5 RE 21
Modulbezeichnung	Recht für Wirtschaftspsychologen
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Doerfert
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Doerfert, Prof. Dr. Oberrath, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende rechtliche Vorgänge einzuordnen und zu analysieren. Sie sind mit typischen juristischen Fragestellungen vertraut, die für die Tätigkeit als Wirtschaftspsychologen relevant sind.
Inhalte des Moduls	Überblick über die Rechtsordnung Grundzüge des Öffentlichen Rechts: <ul style="list-style-type: none"> • Grundrechte • Handlungsformen der Verwaltung • Rechtsschutz Wirtschaftsprivatrecht: <ul style="list-style-type: none"> • Abschluss von Verträgen • Beendigung von Verträgen • Verjährung • Stellvertretung • Leistungsstörungen • Grundbegriffe der Kreditsicherung

	<ul style="list-style-type: none"> • Unerlaubte Handlungen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Detterbeck, S. (2004). Öffentliches Recht für Wirtschaftswissenschaftler. München: Vahlen. • Führich, E. R. (2008). Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen. • Meyer, J. (2006). Wirtschaftsprivatrecht. Berlin: Springer.

Modul-Nr./ Code	5 WP 15
Modulbezeichnung	Produktion und Absatz für Wirtschaftspsychologen
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Produktion, Absatz
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Michael Winkelmann, Benedikt Nolte, Mark Reuber, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der zwei Hauptfunktionen des betrieblichen Leistungsprozesses: Die „Produktion“ im Sinne von Leistungserstellung und der „Absatz“ im Sinne von Leistungsverwertung werden dabei gleichgewichtig dargestellt. Im Modulteil Produktion gewinnen die Studierenden einen Überblick über die Leistungsentstehung und erlernen dazu wesentlichen Begriffe, Kennzahlen, und Methoden. Im Modulteil Absatz erhalten die Studierenden einen Überblick über die betrieblichen Absatzaufgaben und lernen, die komplexen Zusammenhänge im Rahmen absatzwirtschaftlicher Fragestellungen zu verstehen.
Inhalte des Moduls	Modulteil Produktion: <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen: Definition und Bedeutung von Produktion • Produktionsfaktoren und Leistungserstellungsprozess

	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionssysteme und deren Anwendung. Vertiefung im Lean-Management • Produktionsprogrammplanung und Informationsfluss in Produktionssystemen • Grundlagen und Vorgehensweisen in der Fabrikplanung • Verfahren zur Analyse und Optimierung von Produktionsbereichen <p>Im Modulteil Absatz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen: Bedeutung des Absatzes, Marketing als moderner Ansatz zur Lösung absatzwirtschaftlicher Problemstellungen • Daten der Marketingpolitik: Grundprobleme und Informationsbereiche der betrieblichen Informationspolitik, Aufbau und Funktion der SWOT-Analyse • Aufbau eines Marketingkonzepts: Bestandteile des Marketingkonzepts, Marketingziele, Marketingstrategien, Marketing-Mix • Marketinginstrumentarium: Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik • Organisation des Absatzes
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Berndt, R. & Cansier, A. (2007). Produktion und Absatz (2. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer. • Meffert, H., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (2008). Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele (10. Aufl.). Wiesbaden: Gabler. • Stender-Monhemius, K. (2002). Marketing. Grundlagen mit Fallstudien. München: Oldenbourg. • Gienke, H., Kämpf, R. & Aldinger, L. (2007). Handbuch Produktion. Innovatives Produktionsmanagement: Organisation, Konzepte, Controlling. München: Hanser. • Pawellek, G. (2007). Produktionslogistik. München: Hanser. • Plümer, T. (2003). Logistik und Produktion. München, Wien: Oldenbourg. • Wiendahl, H.-P., Reichardt, J. & Nyhuis, P. (2009). Handbuch Fabrikplanung. München: Hanser. • Suzuki, K. (1989). Modernes Management im Produktionsbetrieb. München: Hanser.

Modul-Nr./ Code	5 MG 01
Modulbezeichnung	Kommunikations- und Managementkompetenz
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.Sc. Wirtschaftspsychologie B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Stender-Monhemius
Name der/des Hochschullehrer/s	Brinker/Franken/Stender-Monhemius, N.N
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload und ihre Zusammen-setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 150 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 90 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur; als Voraussetzung für die Teilnahme an der Klausur ist das Bestehen einer unbenoteten Vorprüfung in Form einer Präsentation (schriftliche Ausarbeitung und mündlicher Vortrag) erforderlich
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs. 1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert
Qualifikationsziele des Moduls	Nach Absolvierung des Moduls verfügen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer über Fertigkeiten bzgl.: <ul style="list-style-type: none"> • erfolgreicher Selbstpräsentation • erfolgreicher Moderation von Gruppen • systematischer Gewinnung kreativer Ideen • Gesprächsführung • erfolgreichen Teamverhaltens • Anfertigung einer inhaltlichen Gliederung • schriftlicher Ausarbeitung von Präsentationszielen und -inhalten
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationskompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> - Selbstmanagement (z.B. Ziel-/ Zeitmanagement) - Präsentationstechniken (z.B. Medieneinsatz) - Moderationstechniken (z.B. Punkt-/ Kartenabfrage) - Kommunikationsmodelle (z.B. Vier-Ebenen-

	<p>Modell, Körpersprache)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Managementkompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> - Kreativitätstechniken (z.B. Brainstorming, -writing) - Gesprächsverhalten (z.B. aktives Zuhören, überzeugende Argumentation) - Konfliktmanagement (z.B. Konfliktanalyse, Führung von Konfliktgesprächen)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Kleingruppenarbeit; Rollenspiele; Übungen mit Medieneinsatz; seminaristischer Unterricht
Besonderes	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Stender-Monhemius: Schlüsselqualifikationen, www.lehrdee.de sowie dort angegebene, ständig aktualisierte einschlägige Beiträge

4. Semester

Modul-Nr./ Code	5 WP 11
Modulbezeichnung	Psychologie abweichenden Verhaltens
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Martinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Martinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der Klassifikation von abweichendem Verhalten im Sinne eines psychischen Störungsbildes. Erkennen der Grenzen von Klassifikationssystemen. Fähigkeit die im wirtschaftspsychologischen Kontext bedeutsameren psychischen Störungen zu differenzieren, anhand ihrer Symptomatik einzuordnen sowie ihre Ursachen zu verstehen. Kennen und Verstehen der wichtigsten Therapieansätze. Etablierung eines generellen „Krankheitsverständnis“ bei auffälligem Verhalten. Fähigkeit, Symptome zu erkennen und angemessene Maßnahmen zu empfehlen.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Psychologie abweichenden Verhaltens“ werden neben den bedeutsameren Klassifikationssystemen für psychische Störungen die wichtigsten Störungsbilder in ihrer Symptomatik, ihren Ursachen sowie den hierbei genutzten Therapieansätzen themati-

	<p>siert. Hierbei richtet sich der Fokus auf Störungsbilder, welchen im wirtschaftspsychologischen Kontext besondere Bedeutung beigemessen wird. Anhand von Fallbeispielen aus der Praxis werden die Symptome der Störungsbilder und ihre Klassifikation kritisch diskutiert sowie übliche Therapiemaßnahmen vorgestellt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Merkmale abweichenden Verhaltens • Klassifikationssysteme DSM-IV und ICD-10 • Klinische Diagnostik: Die körperliche, neurologische und neuropsychologische Untersuchung, psychosoziale Diagnostik • Stress und Anpassungsstörungen • Panik- und Angststörungen • Abhängigkeitsstörungen: Alkoholmissbrauch und Alkoholabhängigkeit • Unipolare affektive Störungen • Persönlichkeitsstörungen • Psychotherapieverfahren, Richtlinienverfahren
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Butcher, J. N., Mineka, S. & Hooley, J. M. (2009). Klinische Psychologie (13. Auflage). München: Pearson Studium. • Davison, G. C., Neale J. M. & Hautzinger, M (2007). Klinische Psychologie (7. Auflage). Weinheim, Basel: Beltz Psychologie Verlags Union. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 12
Modulbezeichnung	Diagnostik und Evaluation
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Martinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Martinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, Präsentation oder Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der wichtigsten Personaldiagnostischen Instrumente. Fähigkeit zur Konstruktion und Anwendung von Fragebögen. Fähigkeit zur Durchführung einer Anforderungsanalyse im wirtschaftspsychologischen Kontext. Anwendung der theoretischen und empirischen Erkenntnisse bei der Beurteilung der Güte von diagnostischen Instrumenten sowie der Evaluation von Maßnahmen.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Diagnostik“ werden die wichtigsten Prinzipien und Instrumente zur Diagnostik und zur Maßnahmenevaluation im wirtschaftspsychologischen Kontext thematisiert. Anhand von konkreten Beispielen aus der Wirtschaft werden die eingesetzten Diagnose- und Evaluationsinstrumente kritisch hinterfragt. Die Konstruktion von Fragebögen zur Erhebung von Daten zu wirtschaftspsychologischen Fragestellungen wird anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels eingeübt. In Kleingruppenarbeit wird eine Anforderungs-

	<p>rungsanalyse zur Definition von Anforderungskriterien durchgeführt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition der Eignungsdiagnostik, • Instrumente des Eigenschaftsansatzes • Instrumente des Simulationsansatzes • Instrumente des biografischen Ansatzes • Definition Evaluation, summative und formative Evaluation, Rahmenbedingungen • Evaluationsinstrumente • Fragebogenkonstruktion • Durchführung einer Anforderungsanalyse
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Übung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Sarges, W. (2000). Management-Diagnostik (3. Auflage). Göttingen: Hogrefe. • Schuler, H. (2005). Lehrbuch der Personalpsychologie (2. Auflage) Göttingen: Hogrefe. • Bühner M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion (3. Auflage). München: Pearson Studium. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 13
Modulbezeichnung	Marktforschung
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Abschluss des Moduls „Statistik für Wirtschaftspsychologen“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Dr. Martinke
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Martinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Rechnerklausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor-Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen und Verstehen der grundlegenden Theorien und Modelle zur Erhebung von Informationen durch verschiedene Stichprobenverfahren. Fähigkeit zwischen methodisch fundierten Prognosen und deren Verifikation zu unterscheiden. Fähigkeit zur Anwendung komplexerer, multivariater Auswertungsmethoden. Fähigkeit zur Beurteilung der Güte von Erhebungen und Schlussfolgerungen der Marktforschung.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Marktforschung“ werden die wichtigsten Prinzipien zur Informationsbeschaffung auf Basis von unterschiedlichen Stichprobenuntersuchungen vorgestellt und diskutiert. Im Fokus steht die Prognose von zu erwartendem Konsumentenverhalten. Anhand von konkreten Beispielen aus der Praxis werden Erhebungs- und Auswertungsmethoden kritisch diskutiert. In Weiterführung des Moduls „Statistik für Wirtschaftspsychologen“ werden die Auswertungsverfahren

	<p>ren auf die Anwendung multivariater Analysemethoden erweitert und computergestützt eingeübt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben der Marktforschung • Informationsbeschaffung, Bewertung von Informationen, Organe der Informationsbeschaffung • Stichprobenverfahren, Zufallsfehler, systematischer Fehler, Gütekriterien • Querschnittuntersuchung und Längsschnittuntersuchung • Einfaktorielle Varianzanalyse, Zweifaktorielle Varianzanalyse, Varianzanalyse mit Messwiederholung • Multivariate Varianzanalyse • Allgemeines lineares Modell • Einfache lineare Regression, Multiple lineare Regression • Multivariate lineare Regression
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Übung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Computergestützte Statistik mit SPSS
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Berekoven, L.; Eckert, W. & Ellenrieder, P. (2009). Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung (12. Aufl.). Wiesbaden: Gabler. • Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R. (2010). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (13. Auflage). Berlin: Springer. • Bühl, A. (2009). SPSS 18: Einführung in die moderne Datenanalyse. München: Pearson Studium. <p>Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie</p>

Modul-Nr./ Code	5 WP 16
Modulbezeichnung	Pädagogische Psychologie
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Martinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden-Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen, Reflektieren und Anwenden von grundlegendem Fachwissen zur Analyse, Interpretation und Bewertung psychologischer Aspekte im Kontext von Lern- und Lehrprozessen.
Inhalte des Moduls	Das Modul „Pädagogische Psychologie“ fokussiert das Erleben und Verhalten in Lernsituationen. Hierbei werden insbesondere Erwachsene im erwerbsbiographischen Bereich betrachtet. Themengebiete des Moduls sind:

	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungspsychologische Grundlagen • Schulisches, außerschulisches und lebenslanges Lernen • Lehren, unter besonderer Berücksichtigung von Medien/e-Learning • Motivation, Emotionen und Interaktion bei Prozessen des Wissenserwerbs • Diagnostik, Evaluation und Intervention in der pädagogischen Psychologie • Anwendungsfeld Erwerbsbiographie: psychologische Theorien der Berufs- und Studienfachwahl, Funktionen von Arbeit und Beruf, normative und nicht-normative Übergänge im Erwerbsleben, Psychologische Aspekte des Lernens im Alter
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Schneider, W. & Lindenberger, U. (2012). Entwicklungspsychologie. Weinheim: Beltz.</p> <p>Schneider, W. & Lindenberger, U. (2012). Entwicklungspsychologie: Vormals Oerter & Montada. Weinheim: Beltz.</p> <p>Mienert, M. & Pitcher, S. (2011). Pädagogische Psychologie. Theorie und Praxis des Lebenslangen Lernens. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Wild, E. & Möller, J. (Hrsg.) (2009). Pädagogische Psychologie. Berlin, Heidelberg: Springer.</p>

5. Semester

Modul-Nr./ Code	5 WP 14
Modulbezeichnung	Wirtschaftspsychologisches Projekt
Semester oder Trimester	5. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, Dr. Martinke, Dipl.-Psych. Kleinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 240 Stunden Selbststudium)
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Hausarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Anwenden wirtschaftspsychologischer Erkenntnisse und empirischer Methoden, Lösen einer konkreten wirtschaftspsychologischen Problemstellung aus der Praxis durch eigenständigen Wissensaufbau und eigene empirische Untersuchungen, Ausbau methodischer Kompetenzen und Weiterentwicklung von Schlüsselkompetenzen.
Inhalte des Moduls	Im Modul „Wirtschaftspsychologisches Projekt“ bearbeiten die Studierenden in kleinen Gruppen von maximal 3-5 Personen eigenständig eine Problemstellung, die von einem Kooperationspartner der FH gestellt wird, oder die aktuellen Interessen des regionalen wirtschaftlichen Umfelds der FH bündelt. Während der Bearbeitung der Problemstellung werden die Studierenden im Rahmen der wöchentlichen Projektsitzungen von den Lehrenden als Coach und Berater

	betreut. Betreuungsaspekte: <ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement • Teamarbeit und Konfliktmanagement • Selbstmanagement • Literaturrecherche und Lesen wissenschaftlicher Arbeiten • Planung und Durchführung eigenständiger empirischer Untersuchung • Schreiben wissenschaftlicher Arbeiten, Zitieren und Formvorschriften nach APA und DGPs
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Projekt
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bea, F. X., Scheurer, S. & Hesselmann, S. (2008). Projektmanagement. Stuttgart: Lucius & Lucius. • Seiwert, L. J. (2008). Wenn du es eilig hast, gehe langsam (12. Aufl.). Frankfurt a. M.: Campus-Verlag. • Bortz, J. & Döring, N. (2006). Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler (4. Aufl.). Berlin: Springer. • Rossig, W. E. & Prätsch, J. (2008). Wissenschaftliche Arbeiten. Leitfaden für Haus- und Seminararbeiten, Bachelor- und Masterthesis, Diplom- und Magisterarbeiten, Dissertationen (7. Aufl.). Achim: BerlinDruck. Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie

6. Semester

Modul-Nr./ Code	5 WP 48
Modulbezeichnung	Praxisphase
Semester oder Trimester	6. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Bestandene Modulprüfungen der ersten drei Semester
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, Dr. Martinke, Dipl.-Psych. Kleinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	18 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	540 Stunden (540 Stunden Selbststudium)
SWS	-
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Unbenoteter Praxisbericht
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Kennen lernen der Anforderungen der wirtschaftspsychologischen Praxis, Beobachtung von und Gewinnen eigener Erfahrungen beim wirtschaftspsychologischen Handeln, Reflektieren der Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person.
Inhalte des Moduls	Im Praxisprojekt findet eine methodisch fundierte und angeleitete Tätigkeit in konkreten wirtschaftspsychologischen Berufsvollzügen außerhalb des Lehr- und Forschungsbetriebs statt. Die Studierenden werden von den Lehrenden während der Durchführung des Praxisprojekts als Coach und Berater betreut. Betreuungsaspekte: <ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Informationsveranstaltung • Wahl einer Praktikumsstelle durch den Studierenden

	den und Vorbereitungsgespräch mit dem betreuenden Dozenten <ul style="list-style-type: none"> • Begleitung der Durchführung des Praxisprojekts durch die betreuenden Dozenten auf Anfrage des Studierenden • Erstellung des Praxisberichts
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	

Modul-Nr./ Code	5 WP 49
Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Semester oder Trimester	6. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Bestandene Modulprüfungen mit höchstens einer Ausnahme
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Reichart
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Reichart, Dr. Martinke, Dipl.-Psych. Kleinke, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	12 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	360 Stunden (360 Stunden Selbststudium)
SWS	-
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Bachelor-Thesis
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Lösung von Problemen der wirtschaftspsychologischen Praxis mit wissenschaftlichen Methoden.
Inhalte des Moduls	In der Bachelor-Thesis stellen die Studierenden unter Beweis, dass sie in der Lage sind, praktische Probleme aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie mit wissenschaftlichen Methoden lösen und kommunizieren zu können.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Karmasin, M. & Ribing, R. (2009). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- du Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und Dissertationen (4. Aufl.). Wien: facultas.wuv.

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Rossig, W. E. & Prätsch, J. (2008). Wissenschaftliche Arbeiten. Leitfaden für Haus- und Seminararbeiten, Bachelor- und Masterthesis, Diplom- und Magisterarbeiten, Dissertationen (7. Aufl.). Achim: BerlinDruck. |
|--|---|

Vertiefende Literatur nach Literaturliste Wirtschaftspsychologie

Wahlpflichtmodule:**Fachrichtung Marketing:**

Modul-Nr./ Code	5 MKT 32
Modulbezeichnung	Marketing-Mix 1
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Produktpolitik Preispolitik
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Schmid
Name der/des Hochschullehrer/s	Schmid/Stender-Monhemius/N.N
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß §29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden werden im Modul Marketing-Mix 1 mit den Submixbereichen Produktpolitik und Preispolitik vertraut gemacht. Nach dem Besuch des Moduls verfügen die Studierenden über ein grundlegendes Wissen über verschiedene Einflussfaktoren auf die unternehmerische Preisbildung und können die Prinzipien der Kosten-, Konkurrenz- und Abnehmerorientierten Preispolitik darstellen. Sie haben Kenntnisse über die voll- und teilkostenorientierte Preispolitik sowie die retrograde Preiskalkulation erlangt und verstehen die wesentlichen Grundlagen der vertikalen und horizontalen Preisdifferenzierung. Weiterhin sind die Studierenden vertraut mit Fragestellungen aus den Bereichen der Programmgestaltung und -

	<p>differenzierung. Zudem verfügen sie über vertiefte Kenntnisse im Bereich des Produktlebenszyklus und der Produktevolutionsstrategien sowie der organisatorischen Verankerung der Produktpolitik im Rahmen des Produktmanagements.</p> <p>Zur Vertiefung des Stoffes werden Fallstudien mit modulspezifischen Schwerpunkten eingesetzt.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Produktpolitik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellung der Produktpolitik im Marketing-Mix • Strategische und operative Informationsgrundlagen (z.B. Programmplanung, Verbundeffekte etc.) • Produktpolitische Ziele • Produktpolitische Entscheidungstatbestände <ul style="list-style-type: none"> - Neuproduktplanung (Ideensuche, Screening, Tests, Markteinführung) - Produktvariation und –differenzierung - Produktelimination • Markenpolitik • Verpackungspolitik • Organisatorische Verankerung der Produktpolitik <p>Preispolitik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellung der Preispolitik im Marketing-Mix • Grundlegende Zusammenhänge zwischen variablen Kosten, fixen Kosten, Preis und Gewinn • Mikroökonomische Aspekte der Preisbildung (Preis-Absatz-Funktionen, Preiselastizitäten, Cournotscher Punkt etc.) • Prinzipien der Preisbildung in der betrieblichen Praxis <ul style="list-style-type: none"> - Kostenorientierte Preispolitik - Konkurrenzorientierte Preispolitik - Abnehmerorientierte Preispolitik • Preisänderungspolitik (Skimmingstrategie, Penetrationsstrategie, Promotions) • Konditionenpolitik
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Meffert/Burmann/Kirchgeorg: Marketing, Diller: Preispolitik, Diller/Herrmann (Hrsg.): Handbuch Preispolitik, Simon/Fassnacht: Preismanagement,

Modul-Nr./ Code	5 MKT 33
Modulbezeichnung	Marketing-Mix 2
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Distributionspolitik Kommunikationspolitik
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Schmid
Name der/des Hochschullehrer/s	Schmid/Stender-Monhemius/N.N
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden werden im Modul Marketing-Mix 2 mit den Submixbereichen Distributionspolitik und Kommunikationspolitik vertraut gemacht. Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse über Distributionsfunktionen, die Gestaltung des akquisitorischen Distributionssystems, ausgewählte Distributionsorgane auf Hersteller- und Absatzmittlerebene, vertikales Marketing, Efficient Consumer Response und Multi Channel Marketing. Im Teil Kommunikationspolitik verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen zu kommunikationspolitischen Zielen und sind vertraut mit den Offline- und Online- Kommunikationsinstrumenten, der Medienselektion und Kommunikationsstrategien sowie der Kontrolle der Kommunikationswirkung. Die Studierenden können Probleme der Kommunikations- und Distributionspolitik analysieren und einschätzen und auf Basis der vermittelten Kenntnisse fallbezogene Lösungsan-

	sätze ausarbeiten und präsentieren. Zur Vertiefung des Stoffes werden Fallstudien mit modulspezifischen Schwerpunkten eingesetzt.
Inhalte des Moduls	<p>Distributionspolitik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand betrieblicher Distributionspolitik • Grundlagen der betrieblichen Distributionspolitik (Distributionsfunktionen, Gestaltung des akquisitorischen Distributionssystems, Einordnung der Distributionspolitik in das Marketing-Mix) • Distributionsorgane <ul style="list-style-type: none"> - Distributionsorgane auf der Herstellerebene - Distributionsorgane auf der Absatzmittlerebene - Distributionshelfer • Ausgewählte Aspekte der Absatzkanalpolitik <ul style="list-style-type: none"> - Vertikales Marketing - Multi-Channel-Marketing - Efficient Consumer Response - Handelsmarken versus Herstellermarken - Grundprobleme des E´Commerce <p>Kommunikationspolitik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellung der Kommunikationspolitik im Marketing-Mix • Kommunikationspolitische Ziele • Kommunikationsstrategien <ul style="list-style-type: none"> - Corporate Identity als Orientierungsrahmen - Kommunikationsstrategische Richtlinien • Kommunikationsinstrumente <ul style="list-style-type: none"> - klassische Instrumente - Online-Kommunikation - Direktkommunikation - Sponsoring - Product Placement • Streuplanung, Mediaselektion • Botschaftsgestaltung • Kontrolle der Kommunikationswirkung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Meffert/Burmann/Kirchgeorg: Marketing, Ahlert: Distributionspolitik, Specht/Fritz: Distributionsmanagement, Wirtz: Handbuch Multi-Channel-Marketing,

Modul-Nr./ Code	5 MKT 34
Modulbezeichnung	Vertriebsmanagement
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Schmid
Name der/des Hochschullehrer/s	Hasenjäger, Rössler, N.N.
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß §29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen des Vertriebsmanagements. Sie verfügen dabei sowohl auf konzeptionell-strategischer als auch auf operativer Ebene über ein vertriebsspezifisches Verständnis und vertiefen bzw. ergänzen bereits erworbenes Marketingwissen auf diesem Gebiet. Die Studierenden können die Rolle des Vertriebs im Gesamtkontext des Marketings und vor dem Hintergrund von aktuellen Marktherausforderungen einordnen. Sie können konkrete unternehmerische Problemstellungen analysieren und bewerten. Die Bedeutung eines systematisch-strukturierten Vorgehens wird erkannt. Die Studierenden sind in der Lage, geeignete Problemlösungen zu erarbeiten und relevante betriebswirtschaftliche Methoden dabei kritisch zu bewerten.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen des Vertriebs

	<ul style="list-style-type: none"> • Elemente einer Vertriebskonzeption • Werkzeuge/Methoden für die Managementpraxis • Strategisches Vertriebsmanagement (Kunden, Marktsegmentierung und Kundenselektion, Vertriebssystemgestaltung, Vertriebsstrategien) • Operativ-taktisches Vertriebsmanagement (Organisation und Führung im Vertrieb, Vertriebscontrolling) • Informationsmanagement (Kunden – Wettbewerb – Marktentwicklung) • Kundenbeziehungsmanagement (Persönlicher Verkauf, Verkaufsgesprächsführung, Kundenbindungsmanagement, Beschwerden, Kundenrückgewinnung, Key Account Management)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Bruhn: Kundenorientierung, Homburg/Wieseke: Handbuch Vertriebsmanagement Homburg/Krohmer: Marketingmanagement, Homburg/Schäfer/Schneider: Sales Excellence Lang: Die Vertriebs-Offensive Winkelmann: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung</p>

Modul-Nr./ Code	5 MKT 35
Modulbezeichnung	Marketing-Management
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Schmid
Name der/des Hochschullehrer/s	Schmid/N.N
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß §29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden mit dem Aufbau moderner Marketingkonzepte vertraut. Die Studierenden erhalten einen Überblick über unterschiedliche Verfahrensweisen und Zusammenhänge hinsichtlich der Entwicklung konsistenter Marketingzielsysteme, Marketingleitbilder, Marketingstrategien sowie der optimalen Marketingmixgestaltung. Die Studierenden erlangen die Kompetenz, auch komplexe marketingpolitische Fragestellungen im unternehmenspolitischen Gesamtzusammenhang erkennen und angemessen auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse bewerten und lösen zu können. Der seminaristische Unterricht wird ergänzt durch Projektarbeiten und Fallstudien, die von den Studierenden in Teamarbeit bearbeitet werden. Sie dienen der Vertiefung des Stoffes und versetzen die Studie-

	renden in die Lage, eigenständig Marketingkonzepte zu entwickeln.
Inhalte des Moduls	<p>Grundfragen strategischer Unternehmensführung</p> <p>Ausgewählte Verfahren der Strategiebestimmung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebenszykluskonzept • Gap-Analyse • Erfahrungskurvenkonzept • Portfolio-Analyse • Pims-Modell • Wertschöpfungskette • Balance Scorecard <p>Grundlagen und Aufbau eines Marketing-Konzeptes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingziele <ul style="list-style-type: none"> - Marketingzielsysteme - Marketingleitbilder - Grundfragen der Operationalisierung der Marketingziele • Marketingstrategien <ul style="list-style-type: none"> - Marktfeldstrategien - Marktstimulierungsstrategien - Marktparzellierungsstrategien - Marktarealstrategien • Bestimmung des Marketing-Mix <ul style="list-style-type: none"> - Grundprobleme der Optimierung des Marketing-Mix - Grundlegende Beziehungen zwischen den Marketing-Instrumenten - Ansätze zur Optimierung des Marketing-Mix
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Backhaus, Schneider: Strategisches Marketing, Becker: Marketingkonzeption, Homburg/Krohmer: Marketingmanagement

Modul-Nr./ Code	5 MKT 37
Modulbezeichnung	Markenmanagement
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Schmid
Name der/des Hochschullehrer/s	Schmid/Stender-Monhemius/N.N
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß §29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden mit Fragen der Marke, der Markenbedeutung und der Führung von Marken vertraut zu machen. Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse über die verschiedenen Markenführungskonzepte. Sie können die Zusammenhänge der Markenidentität und des Markenimages darstellen und anhand praktischer Beispiele anwenden. Die Studierenden können die Besonderheiten der Markenführung für Produkt- und Dienstleistungsmarken erläutern. Sie sind in der Lage, Markenarchitekturen und Markenportfolios zu analysieren und zu interpretieren. Zudem kennen die Studierenden die Grundlagen der MarkenScoreCard und der Bildung von Markenpräferenzen. Mit Hilfe von Fallstudien werden die theoretischen Kenntnisse gezielt vertieft und an konkreten Aufgabenstellungen eingeübt.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Markenmanagements (Rahmen-

	<p>bedingungen, Entwicklungsstufen, Branding)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markenmanagementprozess <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der (identitätsorientierten) Markenführung) - Ziele der Markenführung - Markenstrategien (Markenarchitekturen, Markenportfolios) - MarkenScoreCard • Ausgewählte Aspekte zielgruppenbezogener Markenführung <ul style="list-style-type: none"> - Wahrnehmung der Markenidentität (Markennutzen, Positionierung) - Markenpräferenzen (Markeneinstellungen, Markentreue) • Ausgewählte Besonderheiten der Markenführung <ul style="list-style-type: none"> - Markenführung im B2B-Marketing - Markenführung im Dienstleistungsmarketing - Markenführung bei Luxusmarken - Führung von Arbeitgebermarken
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Bruhn (Hrsg.): Handbuch Markenführung Esch: Strategie und Technik der Markenführung, Esch (Hrsg.): Moderne Markenführung, Mefert/Burmann/Koers (Hrsg.): Markenmanagement,

Modul-Nr./ Code	5 MKT 39
Modulbezeichnung	Spezielle Marketingformen
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Handelsmarketing Mobile Business
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i. d. R. alle zwei Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Schmid
Name der/des Hochschullehrer/s	Öztürk, Schmid, N.N.
Lehrsprache	Deutsch, optional englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß §29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Das Modul „Spezielle Marketingformen“ zielt darauf ab, den Studierenden einen Überblick über ausgewählte Besonderheiten des Marketings zu geben. Dies geschieht am Beispiel des Mobile Business und des Handelsmarketing, die jeweils gleichgewichtig behandelt werden. Durch die intensive Beschäftigung mit den Besonderheiten des (Einzel-)Handels erwerben die Studierenden ein breites Verständnis für die spezifischen Probleme des Handels als Absatzpartner der Konsumgüterhersteller. Sie werden vertraut gemacht mit den spezifischen Lösungsansätzen des Handelsmarketing und sind nach dem Besuch der Veranstaltung in der Lage, auch komplexe Fragestellungen im Rahmen des Handelsmarketings angemessen auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse bewerten zu

	<p>können.</p> <p>Im Teil Mobile Business geht es primär darum, die neuen Instrumente des „Mobile Marketings“ darzustellen. Hierbei ist es wichtig zu verstehen, dass neben dem klassischen Marketing auch andere Formen der Kundenansprache im heutigen Marketingmix nicht mehr wegzudenken sind. Vor allem bei der Ansprache von Jugendlichen sollte Mobile Marketing im Marketingmix eingebettet sein. Die Studierenden erarbeiten sich grundlegendes Wissen des Mobile Marketings, erlangen Kenntnis über dessen Theorien und haben dieses Wissen an praktischen Beispielen überprüft. Dabei haben sie auch ein kritisches Verständnis des Marketinginstruments Mobile Marketing erworben. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Prinzipien des Mobile Marketings und die daraus entstehenden Vorteile und Herausforderungen einschätzen zu können. Studenten, die später im Marketingbereich arbeiten wollen, sollten dieses Instrument und seine Anwendungen kennen.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Teil 1: Handelsmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungstendenzen im Handel • Standortpolitik • Sortimentspolitik • Betriebstypenpolitik • Organisationsformen des Einzelhandels • Warenpräsentationspolitik • Ladengestaltung • Handelsspezifische Fragen der Entgeltpolitik • Handelsspezifische Fragen der Kommunikationspolitik <p>Teil 2: Mobile Business</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische Grundlagen und Grundbegriffe <ul style="list-style-type: none"> - Funk, Frequenzen, Netze (GSM, GPRS, UMTS) • Wirtschaftliche Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> - Wertschöpfung, Erlösmodelle, Marktstrategien • Mobile Anwendungsszenarien <ul style="list-style-type: none"> - Communities, Mehrwertdienste, LBS, M-Payment • Mobile Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Strategien, Partnerschaften, Einsatz, Effektivität • Sicherheit <ul style="list-style-type: none"> - Risiken, Security vs. Safety <p>Zur Vertiefung des Stoffes werden Aufgaben und Fallstudien mit für Handelsunternehmen bedeutsamen marketingrelevanten Fragestellungen und Kampagnen zum Mobile Marketing eingesetzt.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wolfgang Oehme: Handelsmarketing, Hans-Peter Liebmann/Joachim Zentes: Handelsmanagement, Jörg Zobel: Mobile Business und M-Commerce - Die

Fachrichtung Personal und Organisation:

Modul-Nr./ Code	5 P/O 31
Modulbezeichnung	Betriebsorganisation 1
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Detmers, Herzig, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Mit dem ersten Wahlpflichtmodul im Themenkreis Betriebsorganisation in der Vertiefungsrichtung Personal und Organisation erhalten die Studierenden einen Überblick über grundlegende Sichtweisen, Fragestellungen und Aufgaben der Betriebsorganisation und entwickeln ein Verständnis für die komplexen Zusammenhänge im Rahmen der aufbauorganisatorischen Strukturierung eines Unternehmens. Sie werden in die Lage versetzt, aktuelle organisatorische Entwicklungslinien der Praxis auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse aus den einschlägigen Organisationstheorien adäquat zu beurteilen und die Schnittstellen zum Personalmanagement nachzuvollziehen. Der seminaristische Unterricht wird ergänzt durch die

	Behandlung kleiner Fallstudien und Aufgaben, die von den Studierenden vorwiegend im Selbststudium und Arbeitsgruppen zu lösen sind und der Vertiefung sowie Anwendung des Lehrstoffes auf praktische betriebliche Situationen dienen.
Inhalte des Moduls	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung: Institutioneller und instrumenteller Organisationsbegriff • Organisation, Disposition und Improvisation • Prinzip des organisatorischen Gleichgewichts • Aktionssystem der Organisation • Grundlegende organisationstheoretische Ansätze • Organisationsbezogene Konzepte und Entwicklungslinien • Organisationsentwicklung • Formale und informale Organisation <p>Aufbauorganisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenanalyse und Aufgabensynthese: Gliederungsprinzipien und Zentralisierungsformen • Stellenbildung, Stellenarten, Stellenmerkmale • Aufbaugestaltung: Abteilungen, Hierarchie und Gremien • Organisationsformen: funktionale Organisation, divisionale Organisation, Matrixorganisation, Holdingorganisation, Produktmanagement • Dokumentationsformen organisatorischer Regelungen: Stellenbeschreibung, Organigramm, Funktionsdiagramm, Führungsgrundsätze
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Klimmer, M.: Unternehmensorganisation</p> <p>Vahs, D.: Organisation</p> <p>Schreyögg, G.: Organisation</p>

Modul-Nr./ Code	5 P/O 32
Modulbezeichnung	Personalwirtschaft 1
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Detmers, Herzig, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Mit dem ersten Wahlpflichtmodul im Themenkreis Personalwirtschaft in der Vertiefungsrichtung Personal und Organisation erhalten die Studierenden einen Überblick über grundlegende Sichtweisen, Aufgaben und Lösungsansätze der betrieblichen Personalwirtschaft im Rahmen der Unternehmensführung. Sie entwickeln ein vertieftes Verständnis für die vernetzten interdisziplinären – auch sozialen – Aspekte des Einsatzes personeller Ressourcen. Thematisch werden insbesondere Fragestellungen der Planung, Rekrutierung Auswahl und Eingliederung von Mitarbeitern behandelt. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, aktuelle Herausforderungen des Personalmanagements und seines Selbstverständnisses in der Praxis auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse adäquat zu beurteilen und die Schnittstellen zur Betriebsorganisation nachzuvollziehen.

	Der seminaristische Unterricht wird ergänzt durch die Behandlung von Fallstudien und Aufgaben, die von den Studierenden vorwiegend im Selbststudium und Arbeitsgruppen zu lösen sind und der Vertiefung sowie Anwendung des Lehrstoffes auf praktische betriebliche Situationen dienen.
Inhalte des Moduls	<p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Begriffsklärungen • Herausforderungen und Entwicklung der betrieblichen Personalwirtschaft <p>Gestaltungsbereiche und Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Funktionsfelder der Personalwirtschaft • Personalwirtschaftliche Ziel und Entscheidungen • Unternehmens- und Personalpolitik • Organisation der Personalwirtschaft • Personalinformationssysteme <p>Personalplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notwendigkeit und Formen • Individual- und Kollektivplanung <p>Personalbeschaffung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalmarketing • Beschaffungswege • Beschaffungsarten • Analyse von Bewerbungen • Vorstellungsgespräch • Auswahl- und Testverfahren • Beteiligungsrechte des Betriebsrates • Abschluss von Arbeitsverträgen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Becker, M.: Personalwirtschaft Berthel, J./ Becker, F.: Personal-Management Bröckermann, R.: Personalwirtschaft Kolb, M.: Personalmanagement</p>

Modul-Nr./ Code	5 P/O 33
Modulbezeichnung	Arbeitsrecht
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Benning, Oberrath, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden lernen die rechtlichen Grundlagen des Arbeitsrechts kennen und können diese auf Fallbeispiele aus der Praxis anwenden.
Inhalte des Moduls	Grundkenntnisse des Individualarbeitsrecht und des kollektiven Arbeitsrechts bezogen auf die Personalarbeit, insbes. <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsbestimmungen • Begründung des Arbeitsverhältnisses • Inhalt des Arbeitsverhältnisses, insbes. die gegenüber dem allgemeinen Zivilrecht bestehenden Besonderheiten (z.B. Lohn ohne Arbeit insbes. bei Krankheit und Urlaub, Beschränkung der Arbeitnehmerhaftung) • Funktion, Aufgaben und Rechte des Betriebsrats • Betriebsvereinbarungen und Tarifverträge, insbes. ihre Auswirkungen auf die Arbeitsverhältnisse • Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbes.

	Kündigungsrecht und Beteiligung des Betriebsrats daran
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Dütz: Arbeitsrecht Kokemoor/Kreissl: Arbeitsrecht (Arbeitsbücher Wirt- schaftsrecht) Wörten/Kokemoor: Arbeitsrecht

Modul-Nr./ Code	5 P/O 34
Modulbezeichnung	Betriebsorganisation 2
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Detmers, Herzig, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Im zweiten Wahlpflichtmodul im Themenkreis Betriebsorganisation in der Vertiefungsrichtung Personal und Organisation werden die Studierenden mit Grundfragen und Erkenntnissen des organisatorischen Wandels und seiner Gestaltung im Rahmen der Ablauforganisation konfrontiert. Sie werden befähigt, Geschäftsprozesse zu identifizieren und mit Hilfe des Prozessmanagements zu optimieren. Dabei lernen sie die Aufgabenbereiche Systemanalyse, Systemgestaltung und Systemeinführung detailliert kennen. Im Rahmen des Change Managements erhalten die Studierenden darüber hinaus einen tiefergehenden Einblick in die Formen des organisatorischen Wandels, indem verschiedene Modelle der Organisationsdynamik vermittelt und die einzelnen Entwicklungsphasen zugeordnete Krisenerscheinungen beleuchtet sowie die Konzepte der Organisationsentwicklung und der

	<p>Lernenden Organisation hinsichtlich ihrer praktischen Umsetzung untersucht werden. Darüber hinaus erwerben Sie Fähigkeiten in der Planung, Durchführung und Leitung von betrieblichen Projekten.</p> <p>Der seminaristische Unterricht wird ergänzt durch die Behandlung kleiner Fallstudien und Aufgaben, die von den Studierenden vorwiegend im Selbststudium und Arbeitsgruppen zu lösen sind und der Vertiefung sowie Anwendung des Lehrstoffes auf praktische betriebliche Situationen dienen.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Ablauforganisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prozessmanagement als bereichsübergreifendes Organisationskonzept • Beschreibung von Geschäftsprozessen unter zeitlichen und örtlichen Aspekten • Prozessorientierte Organisationsgestaltung • Change Management • Organisationsentwicklung und Konzept der Lernenden Organisation • Systemanalyse • Systemgestaltung • Systemeinführung <p>Projektorganisation und Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsklärungen und Grundlagen • Projektvorbereitung • Projektdesign • Projektplanung • Projektauslösung • Projektleitung • Projektabschluss
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Klimmer, M.: Unternehmensorganisation</p> <p>Vahs, Dietmar: Organisation</p> <p>Schreyögg, G.: Organisation</p>

Modul-Nr./ Code	5 P/O 35
Modulbezeichnung	Personalwirtschaft 2
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Detmers, Herzig, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Mit dem zweiten Wahlpflichtmodul im Themenkreis Personalwirtschaft in der Vertiefungsrichtung Personal und Organisation erweitern die Studierenden ihre bereits erworbenen Kenntnisse zur Planung und Gewinnung im Bereich der Einführung, des Einsatzes, der Beurteilung und Freistellung von Mitarbeitern. Sie entwickeln für konkrete Fragestellungen in diesen Funktionsfeldern das erforderliche Problemverständnis und erarbeiten geeignete Lösungsansätze. In diesem Zusammenhang werden unterschiedliche in der Praxis eingesetzte Instrumente und Verfahrensweisen kritisch erörtert und auf neue Fallbeispiele angewandt. Die Studierenden erlangen die Kompetenz, auch komplexe Situationen im personalwirtschaftlichen Kontext zu erkennen und angemessen auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse zu bewert-

	<p>ten.</p> <p>Der seminaristische Unterricht wird ergänzt durch die Behandlung kleiner Fallstudien und Aufgaben, die von den Studierenden vorwiegend im Selbststudium und Arbeitsgruppen zu lösen sind und der Vertiefung sowie Anwendung des Lehrstoffes auf praktische betriebliche Situationen dienen.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Personaleinführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und Begriffsklärungen • Herausforderungen und Entwicklung der betrieblichen Personalwirtschaft • Selbstverständnis der Personalwirtschaft <p>Personaleinsatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zuweisung und Anpassung von Stellen • Zeitwirtschaft • Entgelt • Personalcontrolling <p>Personalbeurteilung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Ziele • Arten und Methoden • Beurteilungsfehler • Beurteilungsgespräch <p>Personalfreistellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ursachen des Personalabbaus • Arten und Rahmenbedingungen • Organisatorischer Ablauf
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Becker, M.: Personalwirtschaft</p> <p>Berthel, J./ Becker, F.: Personal-Management</p> <p>Bröckermann, R.: Personalwirtschaft</p> <p>Kolb, M.: Personalmanagement</p>

Modul-Nr./ Code	5 P/O 37
Modulbezeichnung	Personalmanagement mit SAP HCM
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Buschjost, Herzig, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	In dieser Lehrveranstaltung erhalten die Studierenden einen Einblick in die Anwendungsmöglichkeiten eines DV-unterstützten Personalmanagements-Systems. Am Beispiel des integrierten Softwareprogramms SAP mit der Komponente HCM (Human Capital Management) werden ausgewählte personalwirtschaftliche Funktionen vorgestellt, erläutert und unmittelbar anhand von konkreten Fällen umgesetzt. Zudem erwerben die Studierenden notwendige Kenntnisse hinsichtlich Architektur und Organisation des Systems. Durch praktische, am DV-System durchzuführende Übungen im Anschluss an die als Blockveranstaltung konzipierte Einführung erhält der Studierende die Möglichkeit, die theoretisch erworbenen Kenntnisse mit den Anforderungen der Praxis zu verknüpfen und einen Aufgabenkatalog selbständig zu bearbeiten.
Inhalte des Moduls	Einführung und Übersicht

	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellung des SAP-HR-Systemumfangs • Navigation und Bedienung in SAP • Begriffsdefinitionen <p>Personaladministration</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anzeige und Pflege von Personalstammdaten • Einsatz der SAP-Personalbeschaffung • Einstellung von Mitarbeitern im System <p>Personalabrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durchführung der SAP-Personalabrechnung • Durchführung der Folgeaktivitäten (Steuer, Sozialversicherung, DEÜV, Buchungsüberleitung, etc.) <p>Zeitwirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zeiterfassung in SAP <p>Customizing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individualisierung der SAP-Standardsoftware • Architektur und Organisation der Systemlandschaft <p>Auswertungen mit SAP-HCM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reportingwerkzeuge in SAP • Statistiken und Bescheinigungen <p>Organisationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbildung der Unternehmensorganisation <p>Personalentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • EDV unterstützte Personalentwicklung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Übungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jörg, E./Junold, A./Renneberg, K.-P., Praxishandbuch SAP-Personalwirtschaft: SAP ERP HCM effizient und sicher anwenden</p> <p>Edinger, J./Haßmann, R. /Heitz, G Personalabrechnung mit SAP</p> <p>Figaj, H.-J./Haßmann, R./Junold, A. HR-Reporting mit SAP</p>

Modul-Nr./ Code	5 P/O 38
Modulbezeichnung	Personalentwicklung und organisationales Lernen
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Franken, Herzig, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die steigende Bedeutung des Wissens und Lernens für den langfristigen Erfolg von Unternehmen in der globalen Wissensgesellschaft stellt neue Anforderungen an die Organisation und an das Personalmanagement. Die Studierenden sollen die Notwendigkeit und Formen des lebensbegleitenden Lernens als interdisziplinäre Problematik erkennen bzw. gestalten lernen. Das Modul wird zur Hälfte als seminaristischer Unterricht zur Vermittlung von Begriffen und Theorien und zur anderen Hälfte als Seminar mit selbstständiger Arbeit der Studierenden durchgeführt. Jede Studierendengruppe erarbeitet eine Fragestellung, deren Ergebnisse präsentiert und mit den anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern gemeinsam diskutiert werden.

Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Personalentwicklung (Bedeutung und Elemente, Problemfelder und Ziele, Träger und Aufgaben, Bereiche und Formen, Konzeption und Phasen, Durchführung und Transfer von Maßnahmen, Evaluation, Organisationsentwicklung) - Anforderungen der Wissensgesellschaft an Unternehmen und Belegschaften - Individuelles Lernen und Lernpsychologie - Aus-, Fort- und Weiterbildung in der Praxis - Gruppenlernen - Ideenarbeit in Unternehmen - Organisationales Lernen - Wissenspotenziale gewinnen und fördern - Wissensmanagement im Unternehmen - Lernfördernde Unternehmenskultur - Lernnetzwerke und Open Learning - Best Practices aus der Unternehmenspraxis
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht und Seminar
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Argyris, C.; Schön, D. A.: Die lernende Organisation</p> <p>Becker, M.: Personalentwicklung</p> <p>Franken, S.; Brand, D.: Ideenmanagement für intelligente Unternehmen</p> <p>Thom, N.: Moderne Personalentwicklung</p>

Weitere Wahlpflichtmodule:

Modul-Nr./ Code	5 MG 04
Modulbezeichnung	Cross Culture
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Lensing
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Lensing
Lehrsprache	Englisch und/oder Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 90 Stunden Selbststudium)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündlich. Prüfung, Hausarbeit, Präsentation.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Teilnehmer sollen sich einerseits ihrer eigenen Kultur bewusst werden und andererseits erkennen und bewerten können, dass zwischen ihrer eigenen Kultur und anderen Kulturkreisen teilweise erhebliche Unterschiede liegen. Ziel ist es Bewusstsein für die kulturellen Unterschiede zu erzeugen und andererseits Verhaltensregeln zu entwickeln um eine gute Arbeitsatmosphäre zwischen den Geschäftspartnern zu erzeugen. Ferner soll ein Bewusstsein für die Gefahr der Verwendung von culture stereotypes erarbeitet und abschließend auf die Veränderungsprozesse von Kulturen im Zeitablauf hingewiesen werden.

Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die unterschiedlichen kulturellen Dimensionen 2. praktische Negativ-Verhaltensbeispiele 3. praktische Positiv-Verhaltensbeispiele 4. Fallbeispiele diverser Länder
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastreferenten aus der Praxis
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Richard R. Gesteland: Cross Cultural Business Behavior 2. ed, 4. impression 2001 Denmark • Trompenaars, Fons and Hampden-Turner, Charles: Riding the waves of culture, repr. With corr., 2,ed London 2002 • Trompenaars, Fons and Hampden-Turner, Charles: Riding the waves of culture, repr. With corr., 2,ed London 2002 • Hofstede, Geert: Cultures Consequences – comparing values, behaviours, institutions and organizations across Nations, 2 nd edition, Thousand Oaks, London 2001 • Richard D. Lewis: When cultures Collide, third edition, 2010 Nicholas Brealey International ISBN: 978-1-904838-02-9

Modul-Nr./ Code	5 MKT 38
Modulbezeichnung	Wirtschaftsethik
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	freies Modul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes zweite Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Schmid
Name der/des Hochschullehrer/s	Becker, Schmid, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktstunden: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erhalten im Modul „Wirtschaftsethik“ einen breiten Überblick über Fragen der ethischen Fundierung wirtschaftlicher Tätigkeit. Sie werden vertraut gemacht mit unterschiedlichen Haltungen zu wirtschaftsethischen Fragestellungen. Nach dem Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, das Verhältnis von Wirtschaft und Ethik, ethische Probleme der Wirtschaftsordnung sowie ethische Aspekte des konkreten Handelns in Unternehmen analysieren, interpretieren und beurteilen zu können. Zur Vertiefung des Stoffes werden zahlreiche Fallstudien eingesetzt.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung der Ethik im Kontext der Sozialwissenschaften • Die Sinnfrage in der Wirtschaft

	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte wirtschaftsethische Hauptfragen: <ul style="list-style-type: none"> - Grundfragen der Wirtschaftsordnung, - ethische Implikationen der Grundfragen "was und wie viel soll produziert werden", „wie soll produziert werden“, „für wen soll produziert werden“; - das Problem der Effizienz, - das Problem des Menschengerechten in der Wirtschaft, - das Menschengerechte unter dem Aspekt der Mitmenschlichkeit, - das Menschengerechte unter dem Aspekt der Partizipation, - das Menschengerechte unter dem Aspekt der Schöpfung (Bevölkerungsentwicklung, Anspruchsstabilisierung, Umweltstabilisierung) • Wirtschaftliche Grundsysteme • Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns in privaten Haushalten • Ethische Aspekte wirtschaftsbezogenen Handelns von Interessenverbänden • Ethische Fragen des Marketing • Technischer Fortschritt und seine Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt • Auswirkungen der Globalisierung auf den Arbeitsmarkt • Freie Märkte und flexible Arbeitnehmer • Share-holder-value-Ansatz und Stake-holder-Ansatz • Grundprobleme der Implementierung einer Unternehmensethik
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	W. Korf u. a. (Hrsg.): Handbuch der Wirtschaftsethik; Arthur Rich: Wirtschaftsethik, Bd. 1/Bd. 2, U. Hemel: Wert und Werte, B. Noll: Wirtschafts- u. Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Peter Ulrich: Integrative Wirtschaftsethik,

Modul-Nr./ Code	5 P/L 37
Modulbezeichnung	Projektmanagement im Bereich Operations
Semester oder Trimester	ab dem 3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Teil: Grundlagen Teil: Praxisprojekt
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studien- gänge	B.Sc. Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Steinfatt
Name der/des Hochschullehrer/s	Steinfatt, Plümer, N.N.
Lehrsprache	deutsch/englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbst- studium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, Präsentation, Projektarbeit, mündliche Prüfung, Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 35 Abs.2 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen beno- teten Prü- fungsleistungen mit den jeweiligen aus- gewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezo- genen Credits dividiert.

Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage, sich als Projektmitarbeiter und als Projektleiter, insbesondere im Produktions- und Logistikumfeld, situationsgerecht zu verhalten.</p> <p>Teil Project Management</p> <p>Dazu lernen die Studierenden die grundlegenden Theorien, Modelle und Abläufe des Projektmanagements kennen und verstehen.</p> <p>Die Studierenden sind vertraut mit verschiedenen Hilfsmitteln und Techniken des Projektmanagements und haben erste Erfahrungen in der praktischen Anwendbarkeit gesammelt.</p> <p>Teil Praxisprojekt</p> <p>Die Studierenden können größere Projekte organisieren und eigenständig bearbeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Hilfsmittel und Techniken des Projektmanagements parallel und situationsgerecht einzusetzen.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Teil Project Management. Inhalte sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Hilfsmittel und Techniken des Projektmanagements - Projektphasen <ul style="list-style-type: none"> • Ablauf des Problemlösungsprozesses • Projektbeteiligte • Einbindung des Projektes in die Aufbauorganisation/Projektorganisation • EDV-unterstützte Projektplanung • Projektdokumentation • Projektführung • Beschaffungs-, Produktions- und Absatzplanung • Personalplanung • Auftragsabwicklung und Geschäftsprozessentwicklung • Markt- und Konkurrentenanalyse • Investitions-, Umsatz- und Kostenplanung • Berücksichtigung von rechtlichen Aspekten • Analysieren und Beurteilen der unternehmerischen Gesamtsituation im Zusammenhang mit Projekten aus dem Produktions- und Logistikbereich <p>Anschließend müssen die Studierenden für das betrachtete Beispielprojekt einen konkreten Projektplan erstellen und präsentieren.</p> <p>Teil Praxisprojekt</p> <p>Im Rahmen des Teilmoduls wird eine konkrete Projektplanung für ein umfangreiches Projekt durchgeführt und dabei werden, abhängig von der konkreten Aufgabenstellung, z. B. folgende Aspekte untersucht:</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Steinbuch: Projektorganisation und Projekt-management Diethelm: Projektmanagement DeMarco/Deadline: A Novel about Project Management Plümer: Logistik und Produktion
---	---

Modul-Nr./ Code	5 WI 01
Modulbezeichnung	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.A. International Studies in Management
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Deßaules
Name der/des Hochschullehrer/s	Hartel, Keuntje, Deßaules, Hanning, Brandt-Pook, N.N.
Lehrsprache	deutsch (bei Gastreferenten evtl. Englisch)
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß §29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden erhalten einen Überblick über die organisatorischen und technologischen Grundlagen der Datenverarbeitung. Sie kennen die wesentlichen Begriffe und Verfahren aus den Bereichen <ul style="list-style-type: none"> • Prozessanalyse und -modellierung • Datenmanagement • E-Commerce • IT-Sicherheit • IT-Infrastruktur Daneben erlernen sie den Umgang mit Standard-Software zur Bürokommunikation. Hierbei steht der Umgang mit einer Tabellenkalkulation zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen im Vordergrund. Studierende sollte im Anschluss an den Besuch der Lehrveranstaltung in der Lage sein, eine Tabellenkalkulation einzusetzen, um verschiedene Problemstellung aus dem beruflichen Alltag sicher zu

	lösen.
Inhalte des Moduls	<p>Optimierung von Geschäftsprozessen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wesen von Geschäftsprozessen • Geschäftsprozesse und IT • GP-Modelle • Grundlegende Konzepte der GP-Optimierung <p>Sicherheit in der Informationstechnik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliche und organisatorische Aspekte • Grundlegende Sicherheitsmaßnahmen • Ausgewählte Angriffsszenarien • Datenverschlüsselung im Internet • Digitale Signatur <p>IT-Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse Hardware • Grundkenntnisse Betriebssysteme • Grundkenntnisse Netzwerke und Protokolle <p>Datenorganisation und Datenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Funktionen einer Datenbank • Datenmodellierung, insbes. ER-Modell • Relationales Datenmodell und SQL • Data Warehouse Konzept <p>Internet und eCommerce</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick Internet • Architektur und Funktion einer WebApplikation • eCommerce: Prozesse und Systeme
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	seminaristischer Unterricht, Praktikum
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Im begleitenden Übungsteil steht für jeden Studierenden ein Rechnerarbeitsplatz mit entsprechender Softwareausstattung zur Verfügung.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Hansen, Neumann: Wirtschaftsinformatik 1</p> <p>Laudon, Laudon, Schoder: Wirtschaftsinformatik</p> <p>Wirtz: Electronic Business</p>

Modul-Nr./ Code	5 RE 11
Modulbezeichnung	Recht des unlauteren Wettbewerbs und Kartellrecht
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	5 RE 11 1: Recht des unlauteren Wettbewerbs 5 RE 11 2: Kartellrecht
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	-
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	LL.B. Wirtschaftsrecht
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Nienaber
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dres. Beckmann, Nienaber, Schmidt, NN
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (60 Stunden Kontaktzeit + 120 Stunden Selbststudium)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, Hausarbeit, Referat
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden lernen im Laufe der Veranstaltung die Grundlagen des Rechts des unlauteren Wettbewerbs sowie des Kartellrechts kennen. Am Ende der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, eigene Verstöße gegen das UWG in der betrieblichen Praxis zu vermeiden bzw. Verstöße von Konkurrenten zu erkennen. Zudem werden die Studierenden auf die Durchsetzung eigener wettbewerbsrechtlicher Ansprüche ebenso wie die Abwehr ungegerechtfertigter Abmahnungen in der Praxis vorbereitet. Die Studierenden sollen für kartellrechtliche Problemstellungen in der betrieblichen Praxis sensibilisiert werden und diese sicher bewerten sowie Kartellrechtsverstöße vermeiden können.
Inhalte des Moduls	Teil 1: Recht des unlauteren Wettbewerbs - Unzulässigkeit geschäftlicher Handlungen, insbesondere - Irreführung, §§ 5, 5a UWG

	<ul style="list-style-type: none"> - Grenzen vergleichender Werbung, § 6 UWG - Fallgruppen des § 4 UWG - Fallgruppen der schwarzen Liste - unzumutbare Belästigung, § 7 UWG - Rechtsfolgen unzulässiger geschäftlicher Handlungen, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> - Unterlassungsanspruch - Beseitigungsanspruch - Schadensersatzanspruch - Rechtsverfolgung, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> - Abmahnung - gerichtliche Durchsetzung <p>Teil 2: Kartellrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Marktabgrenzung - Verbot des § 1 GWB und Art. 101 AEUV - Freistellung vom Kartellverbot, insbesondere Einführung in die Vertikal- und Technologietransfer-GVO sowie ihre Bedeutung für die Vertragspraxis - Das Missbrauchsverbot des §§ 19, 20 GWB und Art. 102 AEUV anhand der Entscheidungspraxis (Microsoft, Intel u.a.) - Rechtsfolgen von Kartellrechtsverstößen - Einführung in die Fusionskontrolle und ihre Bedeutung bei der rechtlichen Beratung von Zusammenschlussvorhaben
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Boesche, Wettbewerbsrecht • Kling/Thomas, Kartellrecht • Rittner/Kulka, Wettbewerbs- und Kartellrecht

Modul-Nr./ Code	5 MKT 01
Modulbezeichnung	Internationales Marketing
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes zweite Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Lensing
Name der/des Hochschullehrer/s	Lensing, N.N.
Lehrsprache	Englisch und/oder Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen einerseits erkennen und bewerten können, dass wenn die Komplexität der Internationalität nicht erkannt und berücksichtigt wird das Risiko des Scheiterns auf internationalen Märkten signifikant steigt. Andererseits sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in die Lage versetzt werden solche Risiken mit einer entsprechenden Denkhaltung zu begegnen und durch die Erlernung sowie Beherrschung des Einsatzes geeigneter Instrumente erfolgreich auf dem internationalen Parkett tätig zu werden. In Abgrenzung zum nationalen Marketing wird hier der Zwei- und Mehrländerfall, der erhöhte Koordinationsaufwand sowie Rückkopplungen von Anbietern, Nachfragern, Konkurrenten und Institutionen, insbesondere auf Grund der unterschiedlichen Kulturhintergründe, betrachtet.
Inhalte des Moduls	1. Einführung in das Internationale Marketing 2. Kontext der internationalen Marktbearbeitung

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Umweltanalyse als zentrale Aufgabe der internationalen Marketingforschung I 4. Umweltanalyse als zentrale Aufgabe der internationalen Marketingforschung II 5. Risikoanalyse im internationalen Marketing I 6. Risikoanalyse im internationalen Marketing II 7. Planung der internationalen Marketingziele 8. Marktauswahlentscheidung im internationalen Marketing 9. Der richtige Zeitpunkt für den Markteinstieg im internationalen Marketing 10. Produktpolitik im internationalen Marketing 11. Produktmanagement im internationalen Marketing 12. Distributionspolitik im internationalen Marketing 13. Preispolitik im internationalen Marketing 14. Kommunikationspolitik im internationalen Marketing I 15. Kommunikationspolitik im internationalen Marketing II 16. Marktforschung im internationalen Marketing 17. Corporate Identity im internationalen Unternehmen 18. Messewesen in internationalen Unternehmen 19. Markenführung in internationalen Unternehmen 20. Marketingcontrolling im internationalen Marketing 21. Kundenzufriedenheitsanalyse im internationalen Marketing B2B 22. Kundenzufriedenheitsanalyse im internationalen Marketing B2C 23. CRM/CAS Einsatzmöglichkeiten im internationalen Marketing 24. Organisatorische Einbindung des internationalen Marketings in die Unternehmensorganisation
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastreferenten und Praxisbesuche
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Backhaus/Büschken/Voeth: Internationales Marketing Homburg (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, Konzepte – Methoden – Erfahrungen Meffert/Bolz: Internationales Marketing Management Kotler/Bliemel: Marketing Management</p>

Modul-Nr./ Code	5 MG 31
Modulbezeichnung	Internationales Export Management
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i.d.R. jedes zweite Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Lensing
Name der/des Hochschullehrer/s	Lensing, N.N.
Lehrsprache	Englisch und/oder Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden die Managementaspekte und Herausforderungen im internationalen Umfeld besser zu verstehen und zu bewältigen. Aufbauend auf seinem erworbenen Managementwissen wird in diesem Kurs basierend auf den unten genannten Problemkreisen auf die interkulturellen Aspekte und auf die Vorgehensweisen bzw. Einsatzmöglichkeiten der Instrumente eingegangen. Dabei liegt der Schwerpunkt neben den klassischen Aktionsfeldern des Exportes aus Sicht eines Industrieunternehmens insbesondere auf dem Koordinationsaspekt der Managementtätigkeiten die sich durch den Mehr- Länder-Fall ergeben.
Inhalte des Moduls	1. Aktionsfelder des internationalen Managements 2. Organisationsstrukturen internationaler Unternehmen 3. internationale Joint Venture

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Internationale Kooperationen und Netzwerke 5. Internationale Vertragsgestaltung 6. Exportfinanzierung 7. Zollpolitik und Zollrecht 8. Strategische Unternehmensplanung internationaler Unternehmen 9. Praktische Umsetzungsempfehlungen einer Internationalisierungsstrategie 10. Balanced Scorecard in internationalen Unternehmen 11. Unternehmens- und Beteiligungskauf als Markteintrittsinstrument 12. Lizenzen als Internationalisierungskonzept I 13. Lizenzen als Internationalisierungskonzept II 14. Franchisingsysteme als Internationalisierungskonzept I 15. Franchisingsysteme als Internationalisierungskonzept II 16. Kompensationsgeschäfte 17. Management by Objectives in internationalen Unternehmen 18. Anforderungen an einen globalen Managertyp 19. internationales Beschwerdemanagement I 20. internationales Beschwerdemanagement II 21. Internationalisierungs-Check I 22. Internationalisierungs-Check II
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastreferenten
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Nebel, Schulz, Flohr (Hrsg.): Das Franchise System Kreikebaum: Organisationsmanagement internationaler Unternehmen Hölters (Hrsg.): Handbuch des Unternehmens- und Beteiligungskaufs Wiesner: Internationales Management</p>

Modul-Nr./ Code	5 MG 07
Modulbezeichnung	Organisation und Management
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	- Formale Prüfungsvoraussetzungen keine - Inhaltliche Voraussetzungen Grundkenntnisse BWL, Grundkenntnisse Mikro- ökonomie
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	LL.B. Wirtschaftsrecht B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Carstensen
Name der/des Hochschullehrer/s	alle im Rahmen ihrer Lehrgebietsbeschreibung
Lehrsprache	Deutsch, ggf. Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 (60 h Kontaktzeit, 120 h Selbststudium)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit, Klausur
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Überblick über Managementfunktionen, Managementrollen sowie -kompetenzen und deren kritische Reflexion.</p> <p>Beherrschen der Grundlagen moderner Organisations- und Managementansätze.</p> <p>Erkennen der Relevanz der Neuen Institutionenökonomik für z.B. wirtschaftsjuristische Fragestellungen.</p> <p>Bearbeiten und Lösen eines authentischen Managementproblems, das ökonomische und rechtliche Aspekte gemeinsam adressiert.</p> <p>Die Studierenden sind am Ende der Veranstaltung in der Lage, Transaktionen bzw. Austauschbeziehungen als zentrale Ausgangspunkte der Betrachtungen zu begreifen und die Rolle des menschlichen Verhaltens sowie die Bedeutung von Umweltunsicherheiten einzuordnen. Sie können dieses Wissen auf Fälle aus der Praxis anwenden, wobei die Bearbeitung eines Managementproblems in Kleingruppen vorgesehen</p>

	ist.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen und Unternehmenskontext • Planung und Kontrolle, Organisation, Personaleinsatz und Führung, Unternehmenskultur und Change Management • Verfügungsrechte, Transaktionskosten-Ökonomie, Prinzipal-Agenten-Ansatz • Governance und Unternehmensgrenzen • Anreizsysteme • Wertorientierte Unternehmensführung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Veranstaltung im Seminarstil
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Verzahnung von Wissenschaft und Praxis durch problembasiertes Lernen, nach Möglichkeit tutorenbegleiteter Lernprozess
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u> Schreyögg/Koch (2010, ggf. neue Aufl.), Grundlagen des Managements. Söllner (2008, ggf. neue Aufl.), Einführung in das Internationale Management: Eine institutionen-ökonomische Perspektive.</p> <p><u>Zusätzlich empfohlene Literatur:</u> Kräkel (2010), Organisation und Management. Milgrom/Roberts (1992), Economics, Organization and Management. Roberts (2007), Management (The Modern Firm). Teale et al. (2004), Management Decision Making. Tushman et al. (2010), Organizational designs and innovation streams, Industrial and Corporate Change 19, 1331-1366. Wolf (2011), Organisation, Management und Unternehmensführung.</p>

Modul-Nr./ Code	5 P/O 01
Modulbezeichnung	Personalführung
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre B.Sc. Wirtschaftsinformatik
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Herzig
Name der/des Hochschullehrer/s	Detmers, Franken, Herzig, N.N.
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium: 120 Std.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektarbeit, Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs.1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelor- Studium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	Ziel der Lehrveranstaltung ist es, die Studierenden mit verhaltensorientierten Aspekten der Personalführung vertraut zu machen. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Grundlagen des Führungsprozesses und der Führungstheorien und entwickeln ein Verständnis für die komplexen Bestimmungsgrößen, die den Führungserfolg determinieren. Sie werden in die Lage versetzt, handlungsorientierte Führungstechniken aus den Bereichen der Organisation und des Individual- und Gruppenverhaltens im Unternehmen anzuwenden. Der seminaristische Unterricht wird ergänzt durch die Behandlung kleiner Fallstudien und Aufgaben, die von den Studierenden in Arbeitsgruppen sowie im Selbststudium zu lösen sind und der Vertiefung und Anwendung des Lehrstoffes auf praktische betriebliche Situationen dienen.
Inhalte des Moduls	Grundlagen des Führungsprozesses

	<ul style="list-style-type: none"> • Thematisierung von Einflussfaktoren auf das Führungsverhalten und den Führungsstil, Führungspersönlichkeit, Autorität und Macht, Persönlichkeit des Geführten und Menschenbilder • Führung im Regelkreis • Arbeitsteilung und Koordination • Kommunikation • Motivation • Formale und informale Aspekte der Führung • Konfliktmanagement • Soziale Prozesse und Gruppendynamik <p>Führungstheorien und -modelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • verhaltenstheoretische Ansätze der Führung • situative Führung • zielorientierte Führung • werteorientierte Führung <p>Förderung handlungsorientierter Führungskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • organisationale Führungstechniken: <ul style="list-style-type: none"> - Management by Objectives, - Management by Delegation • Führungsinstrumente <ul style="list-style-type: none"> - Führungsgrundsätze - Mitarbeitergespräche - qualifizierte Anerkennung und Kritik - Mitarbeiterbeurteilung - Anreizsysteme
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> - Bullinger, H.J.: Erfolgsfaktor Mitarbeiter: Motivation – Kreativität – Innovation - Franken, Swetlana: Verhaltensorientierte Führung - Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R.T.: Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation und Management - von Rosenstiel, L.: Mitarbeiterführung in Wirtschaft und Verwaltung - Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit

Modul-Nr./ Code	5 SP 40
Modulbezeichnung	Presentations and Meetings
Semester oder Trimester	ab dem 4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	-
Häufigkeit des Angebots des Moduls	i. d. R. jedes zweite Semester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	B.A. Betriebswirtschaftslehre LL.B. Wirtschaftsrecht
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Sommer
Name der/des Hochschullehrer/s	Jerominek
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Std. Kontaktzeit: 60 Std. Selbststudium 120 Std.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit, Präsentation, mündl. Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Gemäß § 29 Abs. 1 Prüfungsordnung: Zur Ermittlung der Gesamtnote für das Bachelorstudium werden die Noten für die einzelnen benoteten Prüfungsleistungen mit den jeweiligen ausgewiesenen Credits multipliziert. Die Summe der gewichteten Noten wird anschließend durch die Gesamtzahl der einbezogenen Credits dividiert.
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> - Presentations: Students will learn various presentation techniques, get acquainted with different presentation tools, acquire basic rhetorical skills and knowledge, become aware of cultural aspects of body language and learn how to implement and actively use their knowledge in presentations for international audiences - Meetings: Students will become familiar with different aspects of teamwork with special focus on international teams, gain cultural awareness, learn about negotiation concepts and experience negotiation situations in various economic settings. They will learn how to chair and run international teams and meetings effectively - Pre-condition: students should have language level B2

Inhalte des Moduls	<p>Presentations:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Basic communication models - Rhetoric - Body Language - Dos and don'ts - Cultural awareness - Practice and feedback <p>Meetings:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Theoretical concepts of international teams and meetings - Negotiation Concepts - Mock negotiations - Cultural awareness in teams and meetings - Practice and feedback
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit, "students teach students"
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Grussendorf, Marion: English for Presentations. Cornelsen 2005</p> <p>Canney Davison, Sue and Ward, Karen: Leading International Teams. McGraw-Hill 1999</p>