

Bachelor Wirtschaftspsychologie (B. Sc.)

Eckdaten

- 6 Semester | 180 ECTS (wahlweise 7 Semester mit Praxissemester | 210 ECTS)
- Vollzeit, Präsenz
- Abschluss: B. Sc. Wirtschaftspsychologie
- Einschreibung: nur zum Wintersemester
- Bewerbungszeitraum: 01.06. bis 15.07.

Studienverlauf

1. Semester WiSe	2. Semester SoSe	3. Semester WiSe	4. Semester SoSe	5. Semester WiSe	6. Semester SoSe
Allgemeine Psychologie I 6 ECTS	Allgemeine Psychologie II 6 ECTS	Arbeits- und Gesundheitspsychologie 6 ECTS	Innovationspsychologie 6 ECTS	Praxisprojekt Bachelor 12 ECTS	Bachelorarbeit mit Kolloquium 15 ECTS
Sozialpsychologie 6 ECTS	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie 6 ECTS	Informationsmanagement 6 ECTS	Personal- und Organisationspsychologie 6 ECTS		
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre 6 ECTS	Mikroökonomie 6 ECTS	Betriebliches Rechnungswesen 6 ECTS	Konsumentenpsychologie 6 ECTS	Wahl I 6 ECTS	Wahl III 6 ECTS
Business and Commercial English 6 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten 6 ECTS	Psychologische Diagnostik 6 ECTS	Wirtschafts- und Unternehmensethik 6 ECTS	Wahl II 6 ECTS	Wahl IV 6 ECTS
Statistik 1 6 ECTS	Statistik 2 6 ECTS	Forschungsmethoden und Evaluation 6 ECTS	Empirisches Praktikum 6 ECTS	Schlüsselqualifikationen 6 ECTS	Management in der Praxis 3 ECTS
30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS

optional mit Praxissemester

1. Semester WiSe	2. Semester SoSe	3. Semester WiSe	4. Semester SoSe	5. Semester WiSe	6. Semester SoSe	7. Semester WiSe
Allgemeine Psychologie I 6 ECTS	Allgemeine Psychologie II 6 ECTS	Arbeits- und Gesundheitspsychologie 6 ECTS	Innovationspsychologie 6 ECTS	Praxissemester (30 ECTS)	Praxisprojekt Bachelor 12 ECTS	Bachelorarbeit mit Kolloquium 15 ECTS
Sozialpsychologie 6 ECTS	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie 6 ECTS	Informationsmanagement 6 ECTS	Personal- und Organisationspsychologie 6 ECTS			
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre 6 ECTS	Mikroökonomie 6 ECTS	Betriebliches Rechnungswesen 6 ECTS	Konsumentenpsychologie 6 ECTS		Wahl I	Wahl III
Business and Commercial English 6 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten 6 ECTS	Psychologische Diagnostik 6 ECTS	Wirtschafts- und Unternehmensethik 6 ECTS		Wahl II	Wahl IV
Statistik 1 6 ECTS	Statistik 2 6 ECTS	Forschungsmethoden und Evaluation 6 ECTS	Empirisches Praktikum 6 ECTS		Management in der Praxis 3 ECTS	Schlüsselqualifikationen 6 ECTS
30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS

optional mit Auslandssemester

1. Semester WiSe	2. Semester SoSe	3. Semester WiSe	4. Semester SoSe	5. Semester WiSe	6. Semester SoSe
Allgemeine Psychologie I 6 ECTS	Allgemeine Psychologie II 6 ECTS	Arbeits- und Gesundheitspsychologie 6 ECTS	Innovationspsychologie 6 ECTS	Wahl I	Bachelorarbeit mit Kolloquium 15 ECTS
Sozialpsychologie 6 ECTS	Differentielle und Persönlichkeitspsychologie 6 ECTS	Informationsmanagement 6 ECTS	Personal- und Organisationspsychologie 6 ECTS	Wahl II	
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre 6 ECTS	Mikroökonomie 6 ECTS	Betriebliches Rechnungswesen 6 ECTS	Konsumentenpsychologie 6 ECTS	Wahl III	Wirtschaftspsychologisches Praxisprojekt Bachelor 12 ECTS
Business and Commercial English 6 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten 6 ECTS	Psychologische Diagnostik 6 ECTS	Wirtschafts- und Unternehmensethik 6 ECTS	Wahl IV	
Statistik 1 6 ECTS	Statistik 2 6 ECTS	Forschungsmethoden und Evaluation 6 ECTS	Empirisches Praktikum 6 ECTS	Schlüsselqualifikationen 6 ECTS	Management in der Praxis 3 ECTS
30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS

Wahlmodulkatalog und mögliche Profilierung

Wahlpflichtmodule: Wähle 4	
5. Semester - Wintersemester	
• Mensch-Technik-Interaktion • Psychologische Marktforschung • Diversität und Inklusion • Nachhaltigkeitsberichterstattung • Dienstleistungsmarketing • Betriebliche Organisationslehre • Einführung in die Produktionswirtschaft • Wirtschaftsmathematik • International Markets • N.N.	
6. Semester - Sommersemester	
• Kommunikation und Interaktion in Teams • Psychologie des betrieblichen Gesundheitsmanagements • Personalmanagement • Marketing • Intercultural Competence • Business Analytics • Planspiel SAP • N.N.	



Mögliche Profilbildung durch Kombination bestimmter Module

People & Culture
• Diversität und Inklusion (nicht im WS 26/27) • Betriebliche Organisationslehre • Kommunikation und Interaktion in Teams • Personalmanagement • Psychologie des betrieblichen Gesundheitsmanagements • Intercultural Competence

Marketing & Marktforschung
• Psychologische Marktforschung • Dienstleistungsmarketing • Marketing • Business Analytics • International Markets • Wirtschaftsmathematik

Digitalisierung & Mensch-Technik-Interaktion
• Mensch-Technik-Interaktion • Einführung in die Produktionswirtschaft • Kommunikation und Interaktion in Teams • Psychologie des betrieblichen Gesundheitsmanagements • Business Analytics • Planspiel SAP

Nachhaltigkeits- und Gesundheitsmanagement
• Nachhaltigkeitsberichterstattung • Diversität und Inklusion • Psychologie des betrieblichen Gesundheitsmanagements • Mensch-Technik-Interaktion • Einführung in die Produktionswirtschaft

Modulbeschreibungen

Allgemeine Psychologie 1: Wahrnehmen, Denken, Entscheiden	5
Sozialpsychologie	7
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	9
Statistik 1.....	11
Business and Commercial English	14
Allgemeine Psychologie 2: Lernen, Gedächtnis, Motivation, Emotion	16
Differentielle und Persönlichkeitspsychologie	18
Mikroökonomie	20
Wissenschaftliches Arbeiten	22
Statistik 2.....	25
Arbeits- und Gesundheitspsychologie	27
Psychologische Diagnostik.....	29
Betriebliches Rechnungswesen	31
Informationsmanagement.....	34
Forschungsmethoden und Evaluation	36
Innovationspsychologie	38
Personal- und Organisationspsychologie	40
Konsumentenpsychologie	42
Wirtschafts- und Unternehmensethik	44
Empirisches Praktikum.....	46
Wirtschaftspsychologisches Praxisprojekt Bachelor.....	48
Schlüsselqualifikationen	50
Management in der Praxis	53
Mensch-Technik-Interaktion	55
Psychologische Marktforschung.....	57
Diversität und Inklusion	59
Nachhaltigkeitsberichterstattung	62
Einführung in die Produktionswirtschaft	64
Dienstleistungsmarketing	66
Betriebliche Organisationslehre	69
Wirtschaftsmathematik	72
Kommunikation und Interaktion in Teams	74
Psychologie des betrieblichen Gesundheitsmanagements	76

Personalmanagement	79
Marketing	81
Intercultural Competence	84
Business Analytics	86
Planspiel SAP	88
Freiwilliges Praxissemester	90
Wirtschaftspsychologische Bachelorarbeit mit Kolloquium	93

Allgemeine Psychologie 1: Wahrnehmen, Denken, Entscheiden		
Kurzzeichen BAPJ	Modulnummer 13961	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 1. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden können die Allgemeine Psychologie als Teildisziplin der Psychologie einordnen. Sie kennen die grundlegenden Prozesse der menschlichen Wahrnehmung. Sie können die Zusammenhänge zwischen Wahrnehmung, Aufmerksamkeit und Leistung sowie Denk- und Entscheidungsprozesse beschreiben. Insbesondere reflektieren sie die Fehleranfälligkeit der menschlichen Urteilsbildung durch Wahrnehmungstäuschungen, Gedächtnisfehler, Denk- und Entscheidungsfehler. Die Studierenden sind in der Lage, Inhalte und Methoden der Kognitionspsychologie auf Anwendungsfelder der Wirtschaftspsychologie zu übertragen.	
3	Inhalte • Grundlagen und Eigenschaften der Wahrnehmung • Die menschlichen Wahrnehmungssysteme • Aufmerksamkeit • Grundlagen des Denkens und Problemlösens • Entscheiden und Urteilen, Entscheidungsheuristiken • Intelligenz und Kreativität • Sprache und Kommunikation	
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit	

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100% Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 1. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Tobias Krüger, Prof. Dr. Michael Minge
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Ansorge, Ulrich/Leder, Helmut (2017): Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. 2. Aufl. Wiesbaden 2017. • Betsch, Tilmann/Funke, Joachim/Plessner, Henning (2011): Denken - Urteilen, Entscheiden, Problemlösen. Allgemeine Psychologie für Bachelor. Berlin, Heidelberg 2011. • Gigerenzer, Gerd/Kober, Hainer (2009): Bauchentscheidungen. Die Intelligenz des Unbewussten und die Macht der Intuition. 10. Aufl. München 2009. • Gerrig, Richard J./Zimbardo, Philip G. (2018): Psychologie. 21. Aufl. Hallbergmoos 2018. • Goldstein, E. Bruce (2015): Wahrnehmungspsychologie. Der Grundkurs. 9. Aufl. Berlin, Heidelberg 2015. • Hagendorf, Herbert (2011): Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. Allgemeine Psychologie für Bachelor. Berlin, Heidelberg 2011. • Kahneman, Daniel (2016): Schnelles Denken, langsames Denken. München 2016 • Kiesel, Andreas/Spada, Hans (2025). Lehrbuch Allgemeine Psychologie. Göttingen: Hogrefe Verlag. • Pfister, Hans-Rüdiger/Jungermann, Helmut/Fischer, Katrin (2017): Die Psychologie der Entscheidung. Eine Einführung. 4. Aufl. Berlin, Heidelberg 2017.

Sozialpsychologie		
Kurzzeichen BSPS	Modulnummer 13997	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 1. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen der Sozialpsychologie. Die Studierenden kennen grundlegende sozialpsychologische Konstrukte, Theorien, Forschungsmethoden und Befunde, z. T. durch englischsprachige Originalarbeiten. Sie können die Sozialpsychologie als Teildisziplin der Psychologie einordnen und erklären, wie das Denken, Fühlen und Verhalten von Individuen durch die tatsächliche, vorgestellte oder implizite Anwesenheit anderer beeinflusst wird. Sie sind in der Lage, Inhalte und Methoden der Sozialpsychologie auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen anzuwenden und Lösungsvorschläge kritisch zu hinterfragen.	
3	Inhalte • Menschenbilder und Leitmotive sozialer Kognition • Methoden der Sozialpsychologie • Entstehung und Änderung von Einstellungen, Persuasion • Sozialer Einfluss durch Mehrheiten und Minderheiten • Attribution und -verzerrungen • Stereotype, Vorurteile und Diskriminierung • Gruppenprozesse und soziale Identität • Prosoziales Verhalten und Aggression • Selbsterkenntnis und der Umgang mit Bedrohung • Interpersonelle Attraktion, Liebe und Partnerschaft	

4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 85 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 15 % Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 1. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Georg Halbeisen, Prof. Dr. Tobias Krüger
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Aronson, E., Wilson, T.D., & Sommers, S. (2023): <i>Sozialpsychologie</i> (10. Aufl.). Pearson Studium. • Fischer, P., Jander, K., & Krueger, J. (2018): <i>Sozialpsychologie für Bachelor</i> (2. Aufl.). Springer. • Frey, D., Irle, M. (2013). <i>Theorien der Sozialpsychologie, Band I-III</i> (2. Aufl.). Verlag Hans Huber. • Greifender, R., Bless, H., & Fiedler, K. (2018). <i>Social Cognition: How Individuals Construct Social Reality (Second Edition)</i>. Psychology Press. • Kessler, T., & Fritsche, I. (2018). <i>Sozialpsychologie</i>. Springer.

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre		
Kurzzeichen BEWL	Modulnummer 12873	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 1. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Studierende erhalten einen Überblick über die Betriebswirtschaftslehre (BWL) und erwerben Grundkenntnisse in den wesentlichen Themenfeldern der BWL. Sie kennen Grundbegriffe, erkennen Schnittstellen zu wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Nachbardisziplinen und verstehen grundsätzliche betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Sie entwickeln für die einzelnen Funktionsbereiche der Betriebswirtschaftslehre ein Grundverständnis. Durch Übungen gelangen Sie zu einem ersten tieferen Verständnis hinsichtlich Entscheidungen über betriebliche Strukturen und Prozesse und können Analysetechniken auf einfache betriebswirtschaftliche Fragestellungen systematisch anwenden.	
3	• Grundlagen • Entscheidungstheorie • Konstitutive Entscheidungen • Regelwerke und Strukturen • Personalmanagement • Controlling • Externes Rechnungswesen • Internes Rechnungswesen • Finanzierung und Investition • Produktionswirtschaft • Marketing	
4	Lehrformen	

	Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100 % Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie (2) Bachelor Betriebswirtschaftslehre (3) Bachelor Logistikmanagement
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Anja Iseke; Katharina Agethen
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Vahs, Dietmar/Schäfer-Kunz, Jan (2021): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 8. Aufl. Stuttgart 2021. • Wöhe, Günter/Döring, Ulrich/Brösel, Gerrit (2023): Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 28. Aufl. München 2023 • Weber, Wolfgang/Kabst, Rüdiger/Baum, Matthias (2018): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 10. Aufl. Wiesbaden 2018

Statistik 1			
Kurzzeichen BST1		Modulnummer 13849	Prüfungsnummer:
Credits: 6		Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 1. Semester		Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch		Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen die Grundlagen der deskriptiven Statistik und der Inferenzstatistik. Sie beherrschen Verfahren zur Bestimmung von Lage-, Streuungs- und Verteilungsparametern und können Diagramme zur deskriptiven Statistik eigenständig erstellen und interpretieren. Darüber hinaus sind sie mit dem Prinzip des Hypothesentestens vertraut und können für vorgegebene Fragestellungen geeignete Hypothesen formulieren. Insbesondere kennen die Studierenden statistische Verfahren zur Prüfung von Unterschiedshypothesen (auf Basis von <i>t</i>-Verteilung, <i>z</i>-Verteilung und <i>Chi-Quadrat</i>-Verteilung) und Zusammenhangshypothesen (Korrelation, einfache lineare Regression). Sie sind zudem in der Lage, dieses Wissen auf die Analyse vorgegebener Datensätze mittels Statistik-Software (z. B. jasp, R, SPSS) sowie auf die Interpretation der entsprechenden Ergebnisse sicher anzuwenden.		
3	Inhalte • Relevanz von Statistik in der Wirtschaftspsychologie • Messtheorie und Skalenniveaus • Deskriptive Statistik ○ Häufigkeitsverteilungen ○ Lage- und Streuungsparameter ○ Korrelation ○ Korrelation vs. Kausalität ○ Einfache lineare Regression		

	○ Diagramme und Tabellen • Inferenzstatistik ○ Wahrscheinlichkeitstheorie, diskrete und stetige Wahrscheinlichkeitsverteilungen ○ Stichprobe und Grundgesamtheit ○ Grundlagen Hypothesentests ○ Testverfahren zur Überprüfung von Unterschiedshypothesen (z-Test, t-Tests, <i>Chi-Quadrat</i>-Tests) • Einsatz und Nutzung von Statistik-Software (z. B. jasp, R, SPSS), inkl. Strukturierung von Datensätzen, vorbereitende Aktivitäten zur Datenaufbereitung sowie zur Prüfung von Voraussetzungen für einfache statistische Analysen
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 100 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Michael Minge, Prof. Dr. Georg Halbeisen
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Field, A.P. (2016): <i>An Adventure in Statistics: The Reality Enigma</i>. Sage. • Field, A.P. et al. (2025). <i>Discovering Statistics Using Jasp</i>. Sage. • Rasch, B. et al. (2021). <i>Quantitative Methoden 1: Einführung in die Statistik für Psychologie, Sozial- und Erziehungswissenschaften</i>, 5. Auflage. Springer.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Schüller, K. (2015). <i>Statistik und Intuition. Alltagsbeispiele kritisch hinterfragt</i>. Springer Spektrum. |
|--|--|

Business and Commercial English		
Kurzzeichen BBCE	Modulnummer 12097	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 1. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: englisch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erhöhen ihre kommunikative Kompetenz in der Fremdsprache (Englisch) und erweitern ihren sprachlichen Handlungsspielraum. Sie entwickeln und stärken ihre Fähigkeit, sich mündlich und schriftlich zu wirtschaftlichen, geschäftlichen, technischen und berufsrelevanten Themen zu äußern. Im Rahmen von Gruppenarbeiten stärken sie ihre sozialen Kompetenzen durch aktives Zuhören und aktive Kommunikation.	
3	Inhalte hMit Hilfe verschiedener didaktischer Aktivitäten werden das Lese- und Hörverständnis sowie die schriftlichen und mündlichen Fertigkeiten der Studierenden gefördert. Darüber hinaus werden verschiedene Übungen zur Vertiefung und Erweiterung des Business-Wortschatzes und der Kommunikationsfähigkeiten im Bereich Wirtschaft durchgeführt. Wirtschaftsbezogene Zeitschriften und Journale, Fallstudien sowie Videos (z.B. TED Talks) werden genutzt, um Sprechanlässe zu schaffen und die Fähigkeit zum kritischen Denken zu verbessern. Darüber hinaus werden im Laufe des Semesters die interkulturellen Kommunikationsfähigkeiten im Geschäftsleben geschärft. Es werden Recherchen zu verschiedenen Themen durchgeführt und spezifische Informationen gesammelt und analysiert, um diese dann im Plenum zu präsentieren oder zu diskutieren.	
4	Lehrformen	

	Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: 6-7 Jahre Schulenglisch oder Niveau B1+ des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Inhaltlich: Die Studierenden müssen sich aktiv über die jeweils aktuelle Lage in Wirtschaft und Politik informieren
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100 % Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie (2) Bachelor Betriebswirtschaftslehre (3) Bachelor Logistikmanagement
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Monja de Silva; Prof. Dr. Sholpan Gaisina
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): Das Material wird hauptsächlich von der Lehrperson erstellt. Hinzu kommen authentische Texte aus Fachzeitschriften, Journalen, Wirtschaftslehrbüchern und dem Internet. Zusätzlich wird authentisches audiovisuelles Material verwendet, um das kritische Denken, das Sprechen und das Schreiben zu fördern.

Allgemeine Psychologie 2: Lernen, Gedächtnis, Motivation, Emotion																						
Kurzzeichen BAP2	Modulnummer 13934	Prüfungsnummer:																				
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)																				
Studiensemester: 2. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester																				
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50																				
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): <table><tr><td>Vorlesung</td><td>30</td></tr><tr><td>Übung</td><td>30</td></tr><tr><td>Seminaristischer Unterricht</td><td></td></tr><tr><td>Seminar</td><td></td></tr><tr><td>Praktikum</td><td></td></tr><tr><td>Exkursion</td><td></td></tr><tr><td>Online-Lehrangebote</td><td></td></tr><tr><td>Vor-/Nachbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Prüfungsvorbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>180</td></tr></table>		Vorlesung	30	Übung	30	Seminaristischer Unterricht		Seminar		Praktikum		Exkursion		Online-Lehrangebote		Vor-/Nachbereitung	60	Prüfungsvorbereitung	60	Gesamte Arbeitsbelastung	180
Vorlesung	30																					
Übung	30																					
Seminaristischer Unterricht																						
Seminar																						
Praktikum																						
Exkursion																						
Online-Lehrangebote																						
Vor-/Nachbereitung	60																					
Prüfungsvorbereitung	60																					
Gesamte Arbeitsbelastung	180																					
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden kennen wichtige Konzepte, Methoden und empirische Befunde der Lern-, Gedächtnis-, Motivations- und Emotionspsychologie und können diese auf praktische Fragestellungen der Wirtschaftspsychologie anwenden. Sie können Lern-, Gedächtnis-, Motivations- und Emotionstheorien darstellen und diese nutzen, um z. B. individuelle Motivations- und Lernprozesse oder die Bedeutung von Emotionen in ökonomischen Kontexten zu analysieren. Die Studierenden sind in der Lage, Maßnahmen zur Kompetenzentwicklung in den Bereichen Lernen, Selbstkontrolle, Motivation oder andere psychologische Interventionen in wirtschaftlichen Kontexten kritisch zu reflektieren. Die Studierenden können eigene Anwendung aus den Bereichen des Moduls innerhalb der Wirtschaftspsychologie selbstständig entwickeln.																					
3	Inhalte • Grundlagen des Lernens: Klassische und operante Konditionierung, Beobachtungslernen • Mehrspeicher- und Multikomponentenmodelle des Gedächtnisses • Kurzzeit- und Arbeitsgedächtnis • Deklaratives und Nicht-deklaratives Langzeitgedächtnis • Grundlagen der Motivation und Motivationstheorien • Volition und Selbstkontrolle • Emotionsentstehung und Emotionstheorien																					

4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100% Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 2. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Tobias Krüger, Prof. Dr. Michael Minge
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Becker-Carus, Christian/Wendt, Mike (2017): Allgemeine Psychologie. Eine Einführung. 2. Aufl. Berlin 2017. • Brandstätter, Veronika/Schüler, Julia/Puca, Rosa Maria/Lozo, Ljubica (2018): Motivation und Emotion. Allgemeine Psychologie für Bachelor. Berlin 2018. • Heckhausen, Jutta/Heckhausen, Heinz (Hrsg.) (2018): Motivation und Handeln. 5. Aufl. Berlin 2018. • Horstmann, G. & Dreisbach, G. (2012). Allgemeine Psychologie 2 kompakt. Weinheim 2012 • Kiesel, Andreas/Spada, Hans (2025). Lehrbuch Allgemeine Psychologie. Göttingen: Hogrefe Verlag. • Rudolph, (2013). Motivationspsychologie kompakt. Weinheim 2013 • Stemmler, Gerhard/Schmidt-Atzert, Lothar/Peper, Martin/Heuer, Herbert/Hasselhorn, Marcus/Schneider, Silvia (2014): Emotionspsychologie. 2. Aufl. s.l. 2014

Differentielle und Persönlichkeitspsychologie		
Kurzzeichen BDPP	Modulnummer 12701	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 2. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden können die Differentielle Psychologie als Teildisziplin der Psychologie einordnen und von der Allgemeinen Psychologie unterscheiden. Sie erlangen grundlegende Kenntnisse über Konzepte, Bereiche und Methoden der Persönlichkeitspsychologie und kennen wesentliche Theorien zur Persönlichkeitsstruktur. Darüber hinaus können sie die Bedeutung persönlichkeitspsychologischer Erkenntnisse für die wirtschaftspsychologische Praxis einordnen und auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen anwenden.	
3	Inhalte • Geschichte und Gegenstand der Differentiellen Psychologie • Konzepte und Paradigmen der Persönlichkeitspsychologie • Persönlichkeitsbereiche (u. a. Intelligenz, Geschlecht) • Persönlichkeitsmodelle • Methoden der Persönlichkeitspsychologie • Wirtschaftspsychologische Anwendungsbereiche	
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit	
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine	

	Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 100% E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 2. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) N.N. (P&O-Professur), N.N. (A&G-Professur)
10	Sonstige Informationen • Neyer, F. J., Asendorpf, J. B.: Psychologie der Persönlichkeit, Springer (2018) • Stemmler, G., Hagemann, D., Amelang, M., Spinath, F. M.: Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung, W. Kohlhammer (2016) • Schmitt, M., Altstötter-Gleich, C.: Differentielle Psychologie und Persönlichkeitspsychologie, Beltz (2010) • Schimmack, U.: Personality Science. The Science of Human Diversity, Top Hat (2020)

Mikroökonomie		
Kurzzeichen BMIK	Modulnummer 12356	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 2. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse der Volkswirtschaftslehre sowie deren wissenschaftlicher Problemstellungen. Sie beherrschen die fundamentalen Konzepte der Mikroökonomie und werden zur Arbeit mit theoretischen Methoden der Wirtschaftswissenschaften befähigt. Sie kennen die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen marktwirtschaftlicher Systeme und können wirtschaftspolitische Zusammenhänge verstehen und bewerten. Damit erlangen sie Vorkenntnisse für aufbauende Veranstaltungen (u. a. Industrieökonomik).	
3	Inhalte 1. Einführung in die Volkswirtschaftslehre 2. Die Verbraucher (Haushaltstheorie) 3. Die Produktion (Unternehmenstheorie) 4. Angebot und Nachfrage auf Wettbewerbsmärkten 5. Wohlfahrtsökonomik 6. Die Problematik von Marktmacht	
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird	
5	Teilnahmevoraussetzungen	

	Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100 % Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie (2) Bachelor Betriebswirtschaftslehre (3) Bachelor Logistikmanagement
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Korbinian von Blanckenburg, Christine Austermann
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Blanckenburg, K.v., „Mikroökonomik im Bachelor-Studium – Eine Einführung mit Lernvideos“, Wiesbaden 2023. • Krugman, P., Wells, R., „Volkswirtschaftslehre“, Stuttgart, 2010 • Mankiw, N., G., Taylor, M.P., Ashwin, A. „Volkswirtschaftslehre für Schule, Studium und Beruf“, Stuttgart, 2015

Wissenschaftliches Arbeiten		
Kurzzeichen BWSA	Modulnummer 12173	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 2. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung Übung Seminaristischer Unterricht 60 Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden verstehen, was wissenschaftliches Arbeiten in der Wirtschaftspsychologie ausmacht. Sie sind mit den grundlegenden Techniken der Recherche und Auswertung wissenschaftlicher Quellen vertraut, kennen den Aufbau von (wirtschafts-)psychologischen Fachartikeln und sind in der Lage, Literatur zu exzerpieren sowie mittels Software effizient zu verwalten (z. B. Zotero, Citavi). Die Studierenden können theoretische Vorarbeiten und empirische Befundlagen sowohl schriftlich als auch mündlich auf einem wissenschaftlich angemessenen Sprachniveau zusammenfassen und vermitteln. Sie kennen insbesondere die Grundlagen der Manuskriptgestaltung der American Psychological Association (APA) und können diese für Ausarbeitungen souverän berücksichtigen. Für alle Schritte des wissenschaftlichen Arbeitens können die Studierenden den Einsatz und die Grenzen generativer künstlicher Intelligenz (KI) kritisch reflektieren, sie wissen um die Vorteile ausgewählter Tools zu einer zielgerichteten Unterstützung und sind mit der Notwendigkeit sowie den Kriterien einer lückenlosen Dokumentation entsprechender Hilfsmittel vertraut.	
3	Inhalte • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens • Evidenzbasiertes Handeln versus Intuition und Alltagserfahrung • Grenzen und Nutzen des Einsatzes generativer künstlicher Intelligenz im wissenschaftlichen Arbeiten • Recherche, Review und Verwaltung psychologischer Fachartikel • Wissenschaftliches Schreiben und Präsentieren	

	- Formale Anforderungen an eine wissenschaftliche Ausarbeitung - Zitieren und Erstellen eines Literaturverzeichnisses nach den Regeln der Manuskriptgestaltung der American Psychological Association (APA) - Grundlagen des ethischen Handelns in der psychologischen Forschung				
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentationen, Beamer, Tafel, Flipchart, Fallstudien, Workshops, Gruppenarbeit und selbstständige Bearbeitung und Präsentation eines eigenen Rechercheprojekts				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine				
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung <table> <tr> <td>Semesterbegleitende Aufgaben</td><td>100 %</td></tr> <tr> <td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>100 %</td></tr> </table>	Semesterbegleitende Aufgaben	100 %	Gesamte Arbeitsbelastung	100 %
Semesterbegleitende Aufgaben	100 %				
Gesamte Arbeitsbelastung	100 %				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie				
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Michael Minge, N. N. (A&G)				
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): - American Psychological Association (2020). <i>Publication Manual of the American Psychological Association: The Official Guide to APA Style</i>. 7. Auflage. - Berger-Grabner D. (2022). <i>Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften</i>. 4. Auflage. Springer Gabler. - Buck, I. (2025). <i>Wissenschaftliches Schreiben mit KI</i>. UTB. - Deutsche Gesellschaft für Psychologie (2018). <i>Ethisches Handeln in der psychologischen Forschung</i>. Hogrefe. - Deutsche Gesellschaft für Psychologie (2019). <i>Richtlinien zur Manuskriptgestaltung</i>. 5. Auflage. Hogrefe.				

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Goldenstein, J. et al. (2018). <i>Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften</i>. Springer Gabler.• Hey, B. (2023). <i>Präsentieren in Wissenschaft und Forschung. In Präsenz und virtuell</i>. 2. Auflage. Springer Gabler• Klein, A. (2023). <i>Wissenschaftliche Arbeiten schreiben</i>. mitp-Verlag. |
|--|--|

Statistik 2		
Kurzzeichen	Modulnummer	Prüfungsnummer:
BST2	12139	
Credits:	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h	Anteil Abschlussnote:
6	Selbststudium: 120 h	3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
2. Semester	1 Semester	Sommersemester
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende:
deutsch		50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h):	
	Vorlesung 30	
	Übung 30	
	Seminaristischer Unterricht	
	Seminar	
	Praktikum	
	Exkursion	
	Online-Lehrangebote	
	Vor-/Nachbereitung 60	
	Prüfungsvorbereitung 60	
	Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen	
	Gegenstand des Moduls sind grundlegende univariate und multivariate inferenzstatistische Verfahren. Die Studierenden kennen und verstehen einfaktorielle und zweifaktorielle Varianzanalyse, mit und ohne Messwiederholung, und die multiple lineare und logistische Regression. Sie sind in der Lage, diese Verfahren auf vorgegebene Datensätze für Hypothesentests in wirtschaftspsychologischen experimentellen und nicht-experimentellen Untersuchungen, z. T. unter der Verwendung gängiger Statistikprogramme (z.B. jasp, R, SPSS), sicher anzuwenden und die Ergebnisse zu berichten und interpretieren.	
3	Inhalte	
	• Wiederholung inferenzstatistischer Grundlagen • Einfaktorielle Varianzanalyse • Zweifaktorielle Varianzanalyse • Varianzanalyse mit Messwiederholung • post-hoc Tests • Teststärkenanalyse • Wiederholung Regressionsanalyse • Partielle Korrelation und multiple Regression • Moderation, Zentrierung, Standardisierung • Logistische Regression • Ergebnisse statistischer Analysen dokumentieren	

4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Übungsaufgaben in Gruppenarbeit zur Anwendung von Statistiksoftware bzw. Übungen im Selbststudium
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Statistik I
6	Prüfungsformen Klausur 100 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Georg Halbeisen, Prof. Dr. Michael Minge
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2016). <i>Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung</i> (14. Aufl.). Springer Gabler. • Bortz, J., & Schuster, C. (2010). <i>Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler</i> (7. Aufl.). Springer. • Rasch, B., Frieze, M., Hofmann, W., & Naumann, E. (2021). <i>Quantitative Methoden 2: Einführung in die Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler</i> (5. Aufl.). Springer-Verlag GmbH. • Hayes, A. F. (2022). <i>Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-based Approach</i> (Third Edition). The Guilford Press.

Arbeits- und Gesundheitspsychologie		
Kurzzeichen BAUG	Modulnummer	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 3. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Kurs kennen die Studierenden zentrale Themengebiete, Konzepte, Theorien und Befunde der Arbeitspsychologie. Sie verstehen, wie sich die Gestaltung von Arbeit und die Interaktionen am Arbeitsplatz auf das Erleben und Verhalten von Menschen auswirken und welche Faktoren zu Risiken hinsichtlich Belastung, Beanspruchung, Stresserleben, psychischer sowie physischer Gefährdung beitragen. Studierende kennen die Grundlagen der Gesundheitspsychologie sowie der positiven Psychologie und wissen, wie Stressbewältigung in Arbeitskontexten gezielt gefördert und Resilienz auf individueller und organisatorischer Ebene gestärkt werden kann. Außerdem wissen sie um die Bedeutung präventiver Maßnahmen zur Erhaltung und Förderung von Gesundheit und kennen Rahmenbedingungen für die Wiederherstellung der Arbeitsfähigkeit. Anhand praktischer Beispiele und Fallstudien wenden die Studierenden das Erlernte Wissen an.	
3	Inhalte • Geschichte der Arbeitspsychologie • Arbeitsanalyse und Arbeitsgestaltung • Arbeitszufriedenheit, Arbeitsmotivation und Leistung • Belastung, Beanspruchung und Gefährdungsbeurteilung • Arbeit, mentale Gesundheit und Wohlbefinden • Stress, Stressbewältigung und Resilienz • Prävention und Rehabilitation • Grundlagen der Gesundheitspsychologie	

	• Grundlagen der Positiven Psychologie
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentationen, Beamer, Tafel, Flipchart, Fallstudien, Workshops, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 80 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 20 % Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N. N. (A&G), N. N. (P&O)
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Kauffeld, S. (Hrsg.). (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (3., überarb. Aufl.). Springer. • Negri, C. & Eberhardt, D. (2020). <i>Angewandte Psychologie in der Arbeitswelt</i>. Springer. • Nerdinger, F.W, Blickle, G. & Schaper, N. (2019). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie</i>. 4. Auflag. Springer. • Neuner, R. (2019). <i>Psychische Gesundheit bei der Arbeit</i>. Springer Gabler. • Rolfe, M. (2018). <i>Positive Psychologie und organisationale Resilienz</i>. Springer. • Sonntag, K., Frieling, E. & Stegmaier, R. (2012). <i>Lehrbuch Arbeitspsychologie</i>. 3. Auflage. Huber Verlag.

Psychologische Diagnostik		
Kurzzeichen BPDI	Modulnummer 7761	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 3. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden kennen die Rahmenbedingungen und Phasen psychologischer Diagnostik. Sie können einen diagnostischen Prozess konzipieren und diagnostische Fragestellungen operationalisieren. Sie kennen testtheoretische Grundlagen und sind in der Lage, Qualität, Einsatzmöglichkeiten und Grenzen psychometrischer Tests kritisch zu reflektieren. Sie können die Ergebnisse dieser Verfahren interpretieren und entwickeln ein Verständnis für die Regeln zur Integration diagnostischer Befunde. Die Studierenden können Methoden und Theorien der Diagnostik auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen aus der Praxis selbstständig anwenden.	
3	Inhalte • Rahmenbedingungen, Ziele und Phasen des diagnostischen Prozesses • Grundlagen der Testkonstruktion und -evaluation • Psychometrische Grundlagen (Testtheorie, Gütekriterien psychometrischer Tests) • Anwendung, Interpretation und Evaluation von Tests und anderer diagnostischer Verfahren • Anwendungsfelder wirtschaftspsychologischer Diagnostik • Leistungs- und Eignungsdiagnostik in Organisationen • Evaluation von Maßnahmen, Prozessen und Produkten in Organisationen	
4	Informationen zu Lehrformen	

	Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 100 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) N.N. (P&O-Professur), Prof. Dr. Tobias Krüger
10	Sonstige Informationen <i>Grundlagenliteratur</i> - Gollwitzer, M. & Jäger, R. S. (2014). <i>Evaluation kompakt</i>. Beltz - Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2018). <i>Psychologische Diagnostik</i>. Springer - Diagnostik- und Testkuratorium (2018). <i>Personalauswahl kompetent gestalten: Grundlagen und Praxis der Eignungsdiagnostik nach DIN 33430</i>. Springer. - Ziegler, M. & Bühner, M. (2012). <i>Grundlagen der Psychologischen Diagnostik</i>. Springer VS <i>Ergänzende Literatur:</i> - Krohne, H. W. & Hock, M. (2015). <i>Psychologische Diagnostik</i>. Beltz - Rentzsch, K. & Schütz, A. (2009). <i>Psychologische Diagnostik</i>. Kohlhammer - Schmitt, M. & Gerstenberg, F. (2014). <i>Psychologische Diagnostik kompakt</i>. Beltz - Westhoff, K., Hagemeister, C. Kersting, M., Lang, F. Moosbrugger, H., Reimann, G. Stemmler, G. (2010). <i>Grundwissen für die berufsbezogene Eignungsbeurteilung nach DIN 33430</i>. Pabst Science Publishers.

Betriebliches Rechnungswesen			
Kurzzeichen BBRW		Modulnummer 12719	Prüfungsnummer:
Credits: 6		Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 3. Semester		Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch		Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180		
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können die grundlegenden Techniken des betrieblichen Rechnungswesens auf einfache betriebliche Fragestellungen anwenden. Des Weiteren beherrschen die Studierenden grundlegende Kenntnisse auf den Gebieten Bilanzierung, Bewertung einzelner Positionen sowie Jahresabschluss nach handelsrechtlichen Vorschriften. Die Studierenden kennen den Zweck einer Kosten- und Leistungsrechnung. Außerdem kennen die Studierenden alle wichtigen Systeme und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung innerhalb von Unternehmen sowie ihre kostentheoretischen Grundlagen. Des Weiteren können die Studierenden die Instrumente auf konkrete Sachverhalte innerhalb eines Unternehmens anwenden.		
3	Inhalte Teilmodul I: Buchführung und Jahresabschluss - Grundlagen des Rechnungswesens - Abschlüsse und ihre Aufgaben - Rechtliche Grundlagen - Abgrenzung der Finanz- von der Betriebsbuchhaltung - Grundlagen der Buchführung - Gesetzliche Buchungsvorschriften und GoB - Inventur und Inventar		

	○ Bestands- und Erfolgskonten ○ Verbuchung von Geschäftsvorfällen ○ Abschlussbuchungen zur Erstellung des Jahresabschlusses • Grundlagen der Bilanzierung ○ Bewertungsgrundsätze des Handelsrechts ○ Bilanzierungsgebote, Bilanzierungswahlrecht und Bilanzierungsverbote Teilmodul II: Kosten- und Leistungsrechnung • Kostentheoretische Grundlagen ○ Abgrenzung des internen vom externen Rechnungswesen ○ Merkmale und Zwecke des internen Rechnungswesens ○ Teilgebiete des internen Rechnungswesens • Kostenartenrechnung ○ Aufgaben der Kostenartenrechnung ○ Erfassung und Bewertung von Kostenarten • Kostenstellenrechnung ○ Aufgaben der Kostenstellenrechnung ○ Bildung von Kostenstellen ○ Verrechnung der Gemeinkosten mit Hilfe des Betriebsabrechnungsbogens • Kostenträgerrechnung ○ Kostenträgerstückrechnung: Grundlagen und Instrumente ○ Kostenträgerzeitrechnung: Grundlagen und Instrumente • Betriebsergebnisrechnung • Grundlagen des Controllings ○ Operative Instrumente des Controllings ○ Planung und Budgetierung ○ Kennzahlensysteme und Berichtswesen ○ ABC-Analyse ○ Deckungsbeitragsrechnung ○ Break-even-Analyse
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 100 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung

	Semesterbegleitende Aufgaben
	Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Martin Stawinoga
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, 17. Auflage, IDW-Verlag, Düsseldorf 2024. • Baetge/Kirsch/Thiele: Übungsbuch Bilanzen, 7. Auflage, IDW-Verlag, Düsseldorf 2022. • Burger: Prüfungstraining Kosten- und Leistungsrechnung, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2017. • Coenenberg/Fischer/Günther: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 10. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2024. • Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Aufgaben und Lösungen, 19. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2024. • Coenenberg/Haller/Mattner/Schultze: Einführung in das Rechnungswesen. Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, HGB und internationale Standards, Einzel- und Konzernabschluss, Schäffer-Poeschel Verlag, 9. Auflage, Stuttgart 2024. • Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse - Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, 27. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2024. • Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): Wirtschaftsgesetze 2019, 41. Auflage, IDW-Verlag, Düsseldorf 2025.

Informationsmanagement		
Kurzzeichen BINM	Modulnummer 13649	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 6 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 3. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden lernen die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Informationen kennen. In diesem Kontext lernen die Studierenden die Grundlagen des Informationsmanagements sowie dessen Bedeutsamkeit für den Erfolg eines Unternehmens kennen. Sie kennen die Konzepte und Modelle (z.B. Referenz- und Vorgehensmodelle) des Informationsmanagements und können diese anforderungsgerecht auswählen und einsetzen. Sie kennen die miteinander verzahnten Hauptaufgaben des Informationsmanagement: Gestaltungs- und Führungsaufgabe. Dabei werden neben den Managementaufgaben der digitalen Wirtschaft, der Technologien und der Systeme auch ausgewählte Methoden zur Gestaltung von technologieinduzierten Prozessen adressiert.	
3	Inhalte • Grundlagen der digitalen Wirtschaft und des Informationsmanagement • Planung, Entwicklung und Betrieb von Informationssystemen • Anwendungssysteme und IT-Servicemanagement • Informationssicherheit und Datenschutz • IT-Innovationsmanagement & IT-Controlling • Einsatzfelder und Herausforderungen des Informationsmanagement • Geschäftsprozessmanagement und Geschäftsprozessmodellierung	
4	Informationen zu Lehrformen	

	Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 100 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Nadine Guhr; Prof. Dr. Elmar Hartweg
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Krcmar, Helmut (2015): Informationsmanagement. Springer Gabler 2015. • Schweda, Christian M. (2024): Unternehmensweites Informationsmanagement – Die Rolle der Enterprise Architecture. Springer Gabler 2024. • Gehring, Hermann & Gabriel, Roland (2022): Wirtschaftsinformatik. Springer Gabler 2022. • Mertens, Peter et al. (2023). Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 13. Auflage, Springer Gabler. • Lemke, Claudia & Brenner, Walter (2024). Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 2. Auflage, Springer Gabler, 2024.

Forschungsmethoden und Evaluation		
Kurzzeichen BFUE	Modulnummer 13343	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 6 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 3. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen solider empirischer Forschung. Die Studierenden kennen und verstehen den idealtypischen Verlauf des Forschungsprozesses, empirische Untersuchungsdesigns, Verfahren der Operationalisierung, Stichprobenziehung und Datenerhebung sowie verschiedene Ansätze und Phasen der Evaluationsforschung. Sie können dieses Wissen auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen anwenden (z.B. geeignete Designs und Erhebungsverfahren wählen). Sie sind in der Lage, (wirtschafts-) psychologische Studien vor dem Hintergrund der Gütekriterien empirischer Forschung und aktueller wissenschaftsethischer und methodologischer Debatten zu hinterfragen und zu bewerten.	
3	Inhalte • Die Wirtschaftspsychologie als empirische Wissenschaft • Der Forschungsprozess im Überblick • Forschungsproblem, -frage, -hypothesen • Empirische Untersuchungsdesigns - quantitative vs. qualitative Forschungsansätze - experimentelle vs. quasi- und nicht-experimentelle Studien - Labor- vs. Feldstudie • Operationalisierung und Gütekriterien von Messungen • Stichprobenziehung • Datenerhebungsverfahren • Ansätze und Phasen der Evaluationsforschung • Forschungs- und Wissenschaftsethik (z.B. „Open Science“)	

4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Fallstudien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Inhaltlich: Statistik I, Statistik II
6	Prüfungsformen Klausur 100 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Georg Halbeisen, Prof. Dr. Tobias Krüger
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Döring, N. (2023). <i>Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften</i> (6. Aufl.). Springer. • Gollwitzer, M., Pohl, S., & Jäger, R. S. (2023): <i>Evaluation kompakt</i> (3. Aufl.). Beltz. • Schreier, M., Echterhoff, G., Bauer, J.F., Weydmann, N., & Hussy, W. (2023). <i>Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor</i> (3. Aufl.). Springer.

Innovationspsychologie																						
Kurzzeichen BINM	Modulnummer 13278	Prüfungsnummer:																				
Credits: 6	Kontaktzeit: 6 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)																				
Studiensemester: 4. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester																				
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50																				
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): <table><tr><td>Vorlesung</td><td>30</td></tr><tr><td>Übung</td><td>30</td></tr><tr><td>Seminaristischer Unterricht</td><td></td></tr><tr><td>Seminar</td><td></td></tr><tr><td>Praktikum</td><td></td></tr><tr><td>Exkursion</td><td></td></tr><tr><td>Online-Lehrangebote</td><td></td></tr><tr><td>Vor-/Nachbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Prüfungsvorbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>180</td></tr></table>		Vorlesung	30	Übung	30	Seminaristischer Unterricht		Seminar		Praktikum		Exkursion		Online-Lehrangebote		Vor-/Nachbereitung	60	Prüfungsvorbereitung	60	Gesamte Arbeitsbelastung	180
Vorlesung	30																					
Übung	30																					
Seminaristischer Unterricht																						
Seminar																						
Praktikum																						
Exkursion																						
Online-Lehrangebote																						
Vor-/Nachbereitung	60																					
Prüfungsvorbereitung	60																					
Gesamte Arbeitsbelastung	180																					
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden verstehen die Entstehung und Implementation von Innovationen in Organisationen aus psychologischer Sicht. Sie können erklären, wie Führungskräfte bzw. soziale und organisationale Rahmenbedingungen Innovationen fördern bzw. behindern können und wie sich Innovationsprozesse evaluieren lassen. Insbesondere kennen sie typische Ursachen des Widerstandes gegen Innovationen und wissen, wie sich Innovationsprozesse steuern und strukturell in einer Organisation verankern lassen. Sie kennen psychologische Determinanten und Techniken, um kreative Ideen für neue Produkte, Prozesse und Services zu generieren und systematisch zu bewerten. Darüber hinaus kennen sie aktuelle Methoden und Ansätze der Innovationsförderung (z. B. Design Thinking, Szenarioplanung, TRIZ, Gamification) und können diese vor dem Hintergrund psychologischer Theorien und Erkenntnisse kritisch reflektieren. Die Studierenden verstehen die Entstehung und Implementation von Innovationen in Organisationen aus psychologischer Sicht. Sie kennen psychologische Determinanten von Kreativität, wie Emotionen, Kognitionen, individuelle Unterschiede und sozialer Kontext. Sie können die Entstehung und Implementation von Innovationen in Gruppen und Organisationen als psychologische und soziale Prozesse erklären und verstehen, welche Rolle Führungskräfte, soziale und organisationale Aspekte Innovationen fördern bzw. behindern können. Darüber hinaus kennen sie aktuelle Methoden und Ansätze der Innovationsförderung (z. B. Design Thinking, Gamification) und können diese vor dem Hintergrund psychologischer Theorien und Erkenntnisse kritisch reflektieren.																					
3	Inhalte Konzeptionelle Grundlagen: Innovationen als Problemlösungsprozess																					

	• Widerstände gegen Innovationen • Führung, Team und Organisation als Einflussfaktoren auf den Innovationserfolg • Kooperation und Innovation • Techniken zur Generierung von Innovationen • Methoden und Ansätze zur Innovationsförderung (z. B. Design Thinking, Szenarios, TRIZ, Gamification) • Evaluierung von Innovationsprozessen				
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Fallstudien, Gruppenarbeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich:				
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung <table> <tr> <td>Semesterbegleitende Aufgaben</td><td>100 %</td></tr> <tr> <td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>100 %</td></tr> </table>	Semesterbegleitende Aufgaben	100 %	Gesamte Arbeitsbelastung	100 %
Semesterbegleitende Aufgaben	100 %				
Gesamte Arbeitsbelastung	100 %				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie				
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Michael Minge; N.N. (P&O)				
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Betsch, Tilmann/Funke, Joachim/Plessner, Henning (2011): Denken - Urteilen, Entscheiden, Problemlösen. Allgemeine Psychologie für Bachelor. Berlin, Heidelberg 2011. • Csikszentmihalyi, Mihaly (2013): Creativity. The psychology of discovery and invention. New York 2013. • Hauschildt, Jürgen/Salomo, Sören/Schultz, Carsten/Kock, Alexander (2016): Innovationsmanagement. 6. Aufl. München 2016. • Krampen, Günter (2019): Psychologie der Kreativität. Divergentes Denken und Handeln in Forschung und Praxis. Göttingen 2019.				

Personal- und Organisationspsychologie		
Kurzzeichen BPUO	Modulnummer 13891	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 4. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen psychologische Theorien und Modelle der Personal- und Organisationspsychologie und können sie in beruflichen Kontexten reflektiert anwenden. Die Studierenden entwickeln Problemlösefähigkeiten im Bereich Personalauswahl, -entwicklung und -führung, indem sie wissenschaftliche Konzepte auf praxisnahe Fallbeispiele übertragen und kritisch analysieren. Sie verstehen Führungsstile, gruppensdynamische Prozesse und Teamstrukturen und können sich bei der Gestaltung teamorientierter Arbeitskontexte einbringen. Ebenso können sie Wandel in Organisationen mitgestalten, indem sie Mitarbeiter Einstellungen zu und Reaktionen auf Veränderungen verstehen. Die Studierenden reflektieren die Auswirkungen von Personal- und Organisationsmaßnahmen auf das eigene Handeln und Erleben und können dies in die Entwicklung eigener beruflicher Rollen einfließen lassen.	
3	• Personal- und Organisationspsychologie als Teildisziplin der Wirtschaftspsychologie • Individuelle Ebene: Berufliche Interessen, Fähigkeiten und Kompetenzen, Personalauswahl, Leistungsbeurteilung und Mitarbeitergespräche, Personalentwicklung • Meso-Ebene: Führung und Führungstheorien, Gruppen und Teamarbeit, Teamdynamik und Konflikte in Teams • Organisationsebene: Organisationsklima und –kultur, Organisationsentwicklung, Change Management und Widerstand	
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird	

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 100 % E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N.N. (P&O-Professur); Prof. Dr. Anja Iseke
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Kauffeld, Simone (2019): Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Berlin, 2019. • Nerdinger, Friedemann W./Blickle, Gerhard/Schaper, Niclas (2019): Arbeits- und Organisationspsychologie. 4. Aufl. Berlin, Heidelberg 2019. • Robbins, Stephen P./Judge, Timothy A./Campbell, Tim (2017): Organizational Behaviour. Harlow, England 2017. • Schuler, Heinz/Kanning, Uwe Peter (Hrsg.) (2014): Lehrbuch der Personalpsychologie. 3. Aufl. Göttingen, Bern, Wien, Paris 2014. • Schuler, Heinz/Moser, Klaus (2019): Lehrbuch Organisationspsychologie. 6. Aufl. 2019.

Konsumentenpsychologie																						
Kurzzeichen BKPY	Modulnummer 13657	Prüfungsnummer:																				
Credits: 6	Kontaktzeit: 6 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)																				
Studiensemester: 4. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester																				
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50																				
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): <table><tr><td>Vorlesung</td><td>30</td></tr><tr><td>Übung</td><td>30</td></tr><tr><td>Seminaristischer Unterricht</td><td></td></tr><tr><td>Seminar</td><td></td></tr><tr><td>Praktikum</td><td></td></tr><tr><td>Exkursion</td><td></td></tr><tr><td>Online-Lehrangebote</td><td></td></tr><tr><td>Vor-/Nachbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Prüfungsvorbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>180</td></tr></table>		Vorlesung	30	Übung	30	Seminaristischer Unterricht		Seminar		Praktikum		Exkursion		Online-Lehrangebote		Vor-/Nachbereitung	60	Prüfungsvorbereitung	60	Gesamte Arbeitsbelastung	180
Vorlesung	30																					
Übung	30																					
Seminaristischer Unterricht																						
Seminar																						
Praktikum																						
Exkursion																						
Online-Lehrangebote																						
Vor-/Nachbereitung	60																					
Prüfungsvorbereitung	60																					
Gesamte Arbeitsbelastung	180																					
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden kennen die zentralen Forschungsfelder, theoretischen Modelle und empirischen Befunde der Markt-, Konsumenten- und Werbepsychologie. Sie können Verhalten von Konsumentinnen und Konsumenten auf Märkten psychologisch erklären und Maßnahmen der Werbe- und Produktgestaltung vor dem Hintergrund ihrer psychologischen Kenntnisse kritisch reflektieren. Die Studierenden können markt- und kundenbezogene Lösungen für konkrete Herausforderungen entwickeln und präsentieren.																					
3	Inhalte • Psychologische Grundlagen und Typen von Kaufentscheidungen • Sozialpsychologie Konzepte der Konsumentenpsychologie (z.B. Konsistenz, Dissonanz, Reaktanz) • Einstellungen und Persuasion • Differentialpsychologische Grundlagen der Konsumentenpsychologie • Inhalte und Gestaltung von Werbung • Geld- und Preispsychologie • Psychologische Grundlagen von digitalem Marketing und Onlinehandel																					
4	Informationen zu Lehrformen																					

	Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100% Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 4. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Tobias Krüger, Prof. Dr. Georg Halbeisen
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Bak, Peter Michael (2014): Werbe- und Konsumentenpsychologie. Eine Einführung. Stuttgart 2014. • Felser, Georg (2015): Werbe- und Konsumentenpsychologie. 4. Aufl. Berlin 2015. • Homburg, Christian (2017): Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung. 5. Aufl. Wiesbaden 2017. • Kroeber-Riel, Werner/Gröppel-Klein, Andrea (2013): Konsumentenverhalten. 10. Aufl. München 2013. • Neumann, Peter (2013): Handbuch der psychologischen Marktforschung. Stichprobenauswahl - Forschungsstrategien - qualitative und quantitative Methoden - Auswertung und Visualisierung der Daten - Präsentation der Ergebnisse. Bern 2013. • Raab, Gerhard/Unger, Alexander/Unger, Fritz (2016): Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung. 4. Aufl. Wiesbaden 2016.

Wirtschafts- und Unternehmensethik		
Kurzzeichen	Modulnummer	Prüfungsnummer:
BWET	13556	190
Credits:	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h	Anteil Abschlussnote:
6	Selbststudium: 120 h	3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
4. Semester	1 Semester	Sommersemester
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende:
deutsch		50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen die Grundlagen wirtschaftsethischer und moralischer Theorien bzw. Ansätze. Die Studierenden erfassen dabei die bestehenden ethischen Grundpositionen und Parameter einer moralischen Handlung. Die Studierenden können diese Grundlagen auf unternehmensspezifische Problemstellungen bzw. Überlegungen übertragen. Dabei können die Studierenden auf der Grundlage wirtschaftsethischer Überlegungen Ansätze für die Lösung moralischer Konfliktfragen systematisch bestimmen und diese für eine fundierte Entscheidungsunterstützung aufbereiten und darlegen.	
3	Inhalte - Grundlagen der Wirtschaftsethik - Theorien der Wirtschaftsethik - Wirtschaftsethische Ansätze - Verhaltensorientierte Ansätze - Wirtschaftsethische Probleme in Unternehmen und Lösungsansätze	
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird	
5	Teilnahmevoraussetzungen	

	Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung 100 % Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Martin Stawinoga; Tabea Corbach
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Aßländer (Hrsg.): Handbuch Wirtschaftsethik, Springer Verlag, Berlin/Heidelberg 2011. • Bak: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2014. • Beschoner/Brink/Hollstein/Hübscher/Schumann (Hrsg.): Wirtschafts- und Unternehmensethik, Springer Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2019. • Conrad: Wirtschaftsethik, Gabler Verlag, Wiesbaden 2016. • Holzmann: Wirtschaftsethik, 2. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 2019. • Jäggi: Wirtschaftsordnung und Ethik, Gabler Verlag, Wiesbaden 2018. • Schnebel: Wirtschaftsethik im Management, Gabler Verlag, Wiesbaden 2017. • Schweidler: Kleine Einführung in die Angewandte Ethik, Springer Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2018.

Empirisches Praktikum		
Kurzzeichen BEMP	Modulnummer 12527	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 4. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung Übung Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum60 Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung60 Prüfungsvorbereitung60 Gesamte Arbeitsbelastung180	
2	Lernziele / Kompetenzen Gegenstand des Moduls ist die selbstständige Durchführung einer empirischen Untersuchung nach wissenschaftlichen Standards, unter Anleitung, in Kleingruppen. Die Studierenden können eine Hypothese zu einer umgrenzten wirtschaftspsychologischen Fragestellung entwickeln, ein Forschungsdesign wählen, die Untersuchungsmethode konzipieren und die Erhebung und Analyse der Daten durchführen. Sie sind in der Lage, ein Studienvorhaben zu formulieren, zu präsentieren und auf Basis von Rückmeldungen zu modifizieren sowie einen aus Methoden- und Ergebnisteil bestehenden Bericht nach fachüblichen Vorgaben zu verfassen.	
3	Inhalte • Grundlagen der Wissenschaftskommunikation • Qualitätssicherung durch „peer review“ • Studienplanung und -management • Antizipation und Kontrolle von Störeinflüssen • Grundlagen der Versuchsdurchführung • Einsatz und Nutzung von Versuchssteuerungs-Software (z. B. OpenSesame) • Forschungsdatenmanagement	
4	Informationen zu Lehrformen Seminar mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit	
5	Teilnahmevoraussetzungen	

	Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: Forschungsmethoden und Evaluation, Statistik 1 und Statistik 2
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 50% Ausarbeitung 50% Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 4. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Georg Halbeisen, Dr. Sonja Ötting
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): - American Psychological Association (2020). <i>Publication Manual of the American Psychological Association. The Official Guide to APA Style (7th edition)</i>. APA Publishing. - Büsel, C. (2022). <i>Psychologische Experimente. Grundwissen, Planung und Durchführung mit Open-Source-Software</i>. Springer Berlin. - Hussy, W., & Jain, A. (2002). <i>Experimentelle Hypothesenprüfung in der Psychologie</i>. Hogrefe. - Kuzbari, R., & Ammer, R. (2006). <i>Der wissenschaftliche Vortrag</i>. Springer Vienna

Praxisprojekt Bachelor		
Kurzzeichen BWPP	Modulnummer XXXX	Prüfungsnummer:
Credits: 12	Kontaktzeit: 8 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung Übung Seminaristischer Unterricht 60 Seminar Praktikum 300 Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung Prüfungsvorbereitung Gesamte Arbeitsbelastung 360	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können in der Praxis auftretende wirtschaftspsychologische Aufgabenstellungen selbstständig strukturieren und verschiedene fachliche Inhalte eines wirtschaftspsychologischen Studiums auf konkrete Fragestellungen anwenden. Sie haben gelernt, systematisch Lösungsansätze für verschiedene Probleme selbstständig zu entwickeln und geeignete Instrumente oder Maßnahmen zu identifizieren und deren Eignung unter Berücksichtigung der spezifischen Rahmenbedingungen zu evaluieren. Studierende sammeln Erfahrungen im selbstständigen, teamorientierten Arbeiten, des Projektmanagements sowie in der schriftlichen, zielgruppenadäquaten Dokumentation des Projekts.	
3	Inhalte Die Studierenden bearbeiten ein wirtschaftspsychologisches (Forschungs-)Projekt für einen Auftraggeber in einem Wirtschaftsunternehmen, einem Forschungsinstitut oder administrativen Einrichtung (Verwaltung, Politik, Behörde) oder einer Hochschule. Die Bearbeitung findet semesterbegleitend in einer Kleingruppe statt. Die Gruppen organisieren eigenständig die Bearbeitung der Projektaufgabe unter Anleitung eines betreuenden Dozenten. Die Projektarbeit umfasst die Auftragsklärung, das Zeitmanagement, die Durchführung und Evaluation des Projekts sowie die Dokumentation des Projektverlaufs und der Projektergebnisse.	
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit.	

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe. Für dieses Modul gilt insbesondere: Um zur Modulprüfung zugelassen werden zu können, ist der Nachweis über die Teilnahme an Versuchen im Umfang von 10 Versuchspersonenstunden (Research Points) Voraussetzung. Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 40 % Ausarbeitung 60 % Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 12/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N. N. (P&O), N. N. (A&G)
11	Sonstige Informationen Die Literatur ist themen- bzw. projektspezifisch und wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben.

Schlüsselqualifikationen		
Kurzzeichen BSQU	Modulnummer 12594	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: Deutsch, englisch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung Übung Seminaristischer Unterricht 60 Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Am Ende dieses Kurses werden die Studierenden in der Lage sein, Schlüsselkompetenzen für den akademischen, persönlichen und beruflichen Erfolg zu erkennen, zu verstehen und anzuwenden. Zu diesen Kompetenzen gehören kritisches Denken, effektive Kommunikation, Teamarbeit, Problemlösung, Selbstmanagement, digitale Kompetenz und globale Kompetenzen. Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, ihre eigenen Eigenschaften zu reflektieren, verbesserungswürdige Bereiche zu erkennen und umsetzbare Pläne für persönliches Wachstum zu erstellen. Der Kurs zielt auch darauf ab, die Anpassungsfähigkeit und Belastbarkeit der Studierenden in komplexen und sich verändernden Umgebungen zu verbessern. Das theoretische Wissen und die erlernten Methoden und Instrumente werden in praktischen Übungen und Fallstudien angewendet und vertieft.	
3	Typische Themen • Selbsterkenntnis und persönliche Entwicklung • Zeit- und Selbstmanagement • Effektive Kommunikation (schriftlich, verbal, nonverbal) • Teamarbeit und Konfliktlösung • Gesprächsführung und Verhandlung • Kritisches Denken und Problemlösung • Digitale Kompetenz und verantwortungsvolle Mediennutzung • Interkulturelle Kompetenz und Bewusstsein für Diversität • Ethisches Denken und Entscheidungsfindung • Präsentations- und Redekunst • Belastbarkeit und Stressmanagement	

	• Emotionale Intelligenz • Entwicklung der beruflichen Identität • Zielsetzung
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Metaplanwand, Moderationstechnik sowie Partner- und Gruppenarbeiten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 30 % Ausarbeitung 70 % Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Monja de Silva; Dr. Sonja Ötting
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Franck, Norbert (2012): Gekonnt referieren. Überzeugend präsentieren. Ein Leitfaden für die Geistes- und Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2012. • Funcke, Amelie/Havenith, Eva (2017): Moderations-Tools. Anschauliche, aktivierende und klärende Methoden für die Moderations-Praxis. 5. Aufl. Bonn 2017. • Groß, Stefan (2018): Moderationskompetenzen. Kommunikationsprozesse in Gruppen zielführend begleiten. Wiesbaden 2018. • Hüttmann, Andrea (2018): Erfolgreiche Präsentationen mit PowerPoint. Wiesbaden 2018. • Lammerding-Köppel, Maria/Griewatz, Jan/Layher, Daniel (2019): Erfolgreich präsentieren im Studium. 2019.

	• Schulz von Thun, Friedemann/Ruppel, Johannes/Stratmann, Roswitha (2017): Miteinander reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte. 18. Aufl. Reinbek bei Hamburg 2017. • Schulenburg, Nils (2019): Exzellent präsentieren. Wiesbaden 2019. • Stelzer-Rothe, Thomas (2000): Vortragen und präsentieren im Wirtschaftsstudium. Professionell auftreten in Seminar und Praxis. Berlin 2000. • Watzlawick, Paul/Bavelas, Janet Beavin/Jackson, Don D. (2017): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. 13. Aufl. Bern 2017
--	---

Management in der Praxis		
Kurzzeichen	Modulnummer	Prüfungsnummer:
BMPX	14076	
Credits:	Kontaktzeit: 2 SWS / 30 h	Anteil Abschlussnote:
3	Selbststudium: 60 h	1,67 % (3 von 180 Credits)
Studiensemester:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
6. Semester	1 Semester	Sommersemester
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende:
deutsch		50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 15 Übung 15 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 30 Prüfungsvorbereitung 30 Gesamte Arbeitsbelastung 90	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können ihr bisher erarbeitetes Fachwissen auf aktuelle und praktische Fragestellungen der Betriebswirtschaftslehre anwenden und erkennen dabei die Zusammenhänge zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre sowie zu Nachbardisziplinen. Sie können die bisher erlernten Methoden zur Lösung der ihnen vorgestellten Probleme anwenden und sich im Bedarfsfall weitere Methoden selbstständig aneignen. Im Rahmen von Gruppen- und Partnerarbeiten sowie Ergebnispräsentationen im Plenum der Studierenden stärken sie ihre Sozial- und Selbstkompetenz. Aus den von den Studierenden bearbeiteten Fragestellungen können sich kleinere angewandte Forschungsprojekte ergeben. Durch die Berücksichtigung verschiedener Fachdisziplinen (wie u. a. Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Rechtswissenschaft) ergibt sich ein interdisziplinäres, überfachliches Vorgehen, das das Bewusstsein der Studierenden für die gesellschaftlichen Zusammenhänge fördert.	
3	Inhalte Im Rahmen dieses Moduls werden die fortgeschrittenen Studierenden mit aktuellen und praktischen betrieblichen Problemen konfrontiert. Die daraus abgeleiteten Fragestellungen können den gesamten fachlichen Kanon der Betriebswirtschaftslehre sowie angrenzender Wissenschaften wie der Volkswirtschaftslehre und der Rechtswissenschaft abdecken. Das Modul wird ausschließlich von externen Lehrbeauftragten aus der Wirtschaftspraxis gelehrt, die gemeinsam mit den Studierenden Lösungsansätze für ihre praktischen Probleme erarbeiten. Zu diesem Modul werden regelmäßig alternative Lehraufträge angeboten. Die Studierenden erhalten somit die Möglichkeit, über die Wahl einer dieser Lehraufträge ihr spezifisches fachliches Profil zu schärfen.	

4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. Übung mit dem Einsatz wöchentlicher Hausarbeiten, deren Lösung in Kleingruppen und im Plenum besprochen und durch die Studierenden vorgestellt wird
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: Es werden umfangreiche Kenntnisse aus den bisher absolvierten Modulen des Studiengangs erwartet.
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben 100 % 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie (2) Bachelor Betriebswirtschaftslehre
9	Stellenwert der Note für die Endnote 3/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Ass. jur. Svenja Jochens, RA/StB Axel Pick, Uwe Gotzeina, Dr. Carsten Bruns (Erstprüfende); Prof. Dr. Jens Kümmel (Zweitprüfer)
11	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): In Abhängigkeit von den jeweils behandelten Themen werden die Lehrenden dieses Moduls den Studierenden im Rahmen ihrer Veranstaltungen entsprechende Listen mit einschlägiger spezifischer Fachliteratur zur Verfügung stellen.

Mensch-Technik-Interaktion		
Kurzzeichen	Modulnummer	Prüfungsnummer:
BMTI	13556	
Credits:	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h	Anteil Abschlussnote:
6	Selbststudium: 120 h	3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester:	Dauer:	Häufigkeit des Angebots:
5. Semester	1 Semester	Wintersemester
Unterrichtssprache:	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende:
deutsch		13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen die grundlegenden Phasen und Prinzipien der menschenzentrierten Gestaltung einer benutzerfreundlichen und positiv erlebbaren Mensch-Technik-Interaktion. Sie können unterschiedliche Arten von Schnittstellen (z. B. graphische Schnittstellen, Sprachinteraktion und tangible Interfaces) hinsichtlich ihrer Implementierung analysieren und Optimierungsvorschläge in prototypischer Form konzipieren. Sie kennen verhaltensbasierte Ansätze und Messinstrumente, um die Usability und User Experience sowie die Akzeptanz von Benutzungsschnittstellen zu evaluieren. Darüber hinaus sind die Studierenden mit besonderen Formen der Mensch-Technik-Interaktion vertraut (Augmentierte und virtuelle Realität, Mensch-Roboter-Kollaboration, Wearable und Ubiquitous Computing) und kennen deren spezifische Besonderheiten für das menschliche Erleben und Verhalten.	
3	Inhalte • Grundlagen interaktiver Mensch-Technik-Systeme • Schnittstellen zwischen Mensch und Maschine bzw. Computer • Wahrnehmung von Informationen im Kontext der Mensch-Technik-Interaktion • Usability, User Experience und Akzeptanz interaktiver Systeme • Erlebnisorientierte Gestaltung interaktiver Systeme • Empirische Methoden zur Evaluation der Mensch-Technik-Interaktion	
4	Lehrformen	

	Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Gruppenarbeit, Übungen																		
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine																		
6	<table> <tr> <td>Klausur</td><td>50 %</td></tr> <tr> <td>E-Klausur</td><td></td></tr> <tr> <td>Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren</td><td></td></tr> <tr> <td>Open Book Prüfung</td><td></td></tr> <tr> <td>Mündliche Prüfung</td><td></td></tr> <tr> <td>Präsentation</td><td></td></tr> <tr> <td>Ausarbeitung</td><td></td></tr> <tr> <td>Semesterbegleitende Aufgaben</td><td>50 %</td></tr> <tr> <td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>100 %</td></tr> </table>	Klausur	50 %	E-Klausur		Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren		Open Book Prüfung		Mündliche Prüfung		Präsentation		Ausarbeitung		Semesterbegleitende Aufgaben	50 %	Gesamte Arbeitsbelastung	100 %
Klausur	50 %																		
E-Klausur																			
Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren																			
Open Book Prüfung																			
Mündliche Prüfung																			
Präsentation																			
Ausarbeitung																			
Semesterbegleitende Aufgaben	50 %																		
Gesamte Arbeitsbelastung	100 %																		
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung																		
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (5) Bachelor Wirtschaftspsychologie																		
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie																		
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Michael Minge, Prof.‘in Dr. Nadine Guhr																		
11	Sonstige Informationen Literatur: • Butz, A. & Krüger, A. (2022). <i>Mensch-Maschine-Interaktion</i>. 3. Auflage. De Gruyter Oldenburg. • Diefenbach, S. & Hassenzahl, M. (2017). <i>Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung. Mensch-Technik-Interaktion-Erlebnis</i>. Springer. • Jacobsen, J. & Meyer, L. (2018). <i>Praxisbuch Usability und UX</i>. Rheinwerk. • Moser, C. (2012). <i>User Experience Design. Mit erlebniszentrierter Softwareentwicklung zur Produkten, die begeistern</i>. Springer Vieweg. • Norman, D. (2016): <i>The Design of Everyday Things. Psychologie und Design der alltäglichen Dinge</i>. 2. Auflage. Vahlen.																		

Psychologische Marktforschung		
Kurzzeichen BPYM	Modulnummer 13673	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung Übung Seminaristischer Unterricht 60 Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die grundlegenden Methoden und Verfahren der psychologischen Marktforschung zu verstehen und anzuwenden, • Marktforschungsfragen zu formulieren und geeignete empirische Erhebungs- und Auswertungsmethoden zu diskutieren und auszuwählen, • qualitative und quantitative Marktforschungsmethoden kritisch zu beurteilen und praxisnah einzusetzen, • psychologische Aspekte des Konsumentenverhaltens zu identifizieren und in die Marktforschungsplanung zu integrieren.	
3	Inhalte • Einführung in die psychologische Marktforschung und deren Bedeutung für Unternehmen • Aufbau und Ablauf eines Marktforschungsprojekts • Forschungsdesigns der psychologischen Marktforschung • Entwicklung und Durchführung der wichtigsten Erhebungsmethoden wie z.B. Beobachtungen, Interviews, Gruppendiskussionen, Umfragen, Tests • Kontrolle und Reduktion von Störfaktoren in der psychologischen Marktforschung • Interpretation, Kommunikation und Präsentation von Marktforschungsergebnissen • Fallbeispiele und praktische Anwendungen der psychologischen Marktforschung	
4	Informationen zu Lehrformen	

	Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 70% Ausarbeitung 30% Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 5. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Tobias Krüger, Prof. Dr. Georg Halbeisen
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Berekoven, L., Eckert, W., & Ellenrieder, P. (2009). <i>Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung</i> (8. Aufl.). Berlin: Springer. • Döring, N., & Bortz, J. (2023). <i>Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften</i> (6. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer. • Felser, G. (2023). <i>Werbe- und Konsumentenpsychologie</i>. (5. Aufl.). Berlin: Springer. • Naderer, G. & Balzer, E. (2011). <i>Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis</i>. Grundlagen, Methoden und Anwendungen. (2. Aufl.). Wiesbaden: Gabler Verlag. • Kreis, H., Wildner, R. & Kuß, A. (2024). <i>Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse</i>. (12. Aufl.). Berlin: Springer-Verlag.

Diversität und Inklusion		
Kurzzeichen BDUI	Modulnummer	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung Übung Seminaristischer Unterricht 60 Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden erwerben ein psychologisches Verständnis für die Chancen und Herausforderungen von Vielfalt in Organisationen. Sie lernen, Diversität anhand psychologischer Konzepte wie soziale Kategorisierung, Stereotypenbildung und Ingroup-/Outgroup-Dynamiken fundiert zu analysieren. Sie reflektieren die Wirkung von Diversitätsmerkmalen wie Geschlecht, kulturellem Hintergrund, sexueller Orientierung und Alter auf zwischenmenschliche Interaktionen und betriebliche Prozesse und entwickeln die Fähigkeit, Maßnahmen des Diversitäts- und Inklusionsmanagements kritisch zu bewerten und evidenzbasiert zu gestalten. Im Zuge dessen stärken die Studierenden ihre interkulturellen und sozialen Kompetenzen, indem sie eigene Wahrnehmungsprozesse hinterfragen, kognitive Verzerrungen erkennen und Ansätze für eine diskriminierungssensible Kommunikation entwickeln. Darüber hinaus fördert das Modul die Selbstreflexionskompetenz der Studierenden, indem sie für Diversität in Organisationen sensibilisiert werden und lernen, wie sie verantwortungsvoll inklusiv im beruflichen Kontext handeln können.	
3	Inhalte • Definitionen und Dimensionen von Diversität und Inklusion • Theoretische Grundlagen: Ursachen und psychologische Effekte von Diskriminierung und Ausgrenzung • Diversitätsmanagement und Inklusionsmaßnahmen: Empirische Evidenz • Diversität im Unternehmenskontext – Mögliche Schwerpunktthemen	

	○ Geschlechterdiversität am Arbeitsplatz: Geschlechterstereotype und –bias, Gender Pay Gap & Gender Leadership Gap, Geschlechtergerechte Sprache & Kommunikation, Diversität jenseits des binären Geschlechts ○ Kulturelle, ethnische und nationale Vielfalt in Organisationen: Soziale Identität und ethnische Gruppenidentität, soziale Kategorisierung, Stereotype, Ingroup-/Outgroup-Dynamiken, Akkulturationsstrategien, Organisations- und Führungskultur ○ Altersdiversität: Konzepte von Alter und Altersentwicklung in Organisationen, Generationskonzepte als Mythos, Alterstereotype und Stereotype Threat, altersgemischte Teams								
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit								
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine								
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung <table> <tr> <td>Präsentation</td><td>70%</td></tr> <tr> <td>Ausarbeitung</td><td>30%</td></tr> <tr> <td>Semesterbegleitende Aufgaben</td><td></td></tr> <tr> <td> Gesamte Arbeitsbelastung</td><td> 100 %</td></tr> </table>	Präsentation	70%	Ausarbeitung	30%	Semesterbegleitende Aufgaben		Gesamte Arbeitsbelastung	100 %
Präsentation	70%								
Ausarbeitung	30%								
Semesterbegleitende Aufgaben									
Gesamte Arbeitsbelastung	100 %								
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung								
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 5. Semester								
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Anja Iseke; N.N. (P&O-Psychologie)								
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Arslan, C., Chang, E. H., Chilazi, S., Bohnet, I., & Hauser, O. P. (2025). Behaviorally designed training leads to more diverse hiring. <i>Science</i>, 387(6732), 364-366. • Beier, M. E., Kanfer, R., Kooij, D. T., & Truxillo, D. M. (2022). What's age got to do with it? A primer and review of the workplace aging literature. <i>Personnel Psychology</i>, 75(4), 779-804.								

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Bohnet, I. (2017). <i>What works: Wie Verhaltensdesign die Gleichstellung revolutionieren kann</i>. CH Beck. • Fletcher, L., & Beauregard, T. A. (2022). The psychology of diversity and its implications for workplace (in) equality: Looking back at the last decade and forward to the next. <i>Journal of Occupational and Organizational Psychology</i>, 95(3), 577-594. • Hays-Thomas, R. (2021). <i>Managing workplace diversity, equity, and inclusion: A psychological perspective</i>. Routledge • Posthuma, R. A., & Campion, M. A. (2009). Age stereotypes in the workplace: Common stereotypes, moderators, and future research directions. <i>Journal of Management</i>, 35(1), 158–188. • Roberson, Q. M. (2019). Diversity in the workplace: A review, synthesis, and future research agenda. <i>Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior</i>, 6(1), 69-88. • Triana, M. D. C., Gu, P., Chapa, O., Richard, O., & Colella, A. (2021). Sixty years of discrimination and diversity research in human resource management: A review with suggestions for future research directions. <i>Human Resource Management</i>, 60(1), 145-204. • Treffers, T., Ritter, A. C., Born, N., & Welp, I. (2024). A systematic review of experimental evidence on interventions against bias and discrimination in organizations. <i>Human Resource Management Review</i>, 34(3), 101029. |
|--|--|

Nachhaltigkeitsberichterstattung			
Kurzzeichen BNBE		Modulnummer	Prüfungsnummer:
Credits: 6		Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester		Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch		Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180		
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden können auf die Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung und Integrierten Berichterstattung eingehen. Die Studierenden können aktuelle Aspekte der nachhaltigkeitsrelevanten Rechnungslegung beschreiben. Den Studierenden werden zudem Kenntnisse hinsichtlich aktueller Regulierungsvorhaben des europäischen Richtliniengebers zur Intensivierung der nichtfinanziellen Berichterstattung (u.a. Klimaberichterstattung) vermittelt.		
3	Inhalte • Gesellschaftliche Rahmenbedingungen & nichtfinanzielle Rechnungslegung • Aktuelle Ansätze in der Rechnungslegung • Nachhaltigkeitsberichterstattung • Integrierte Berichterstattung • Klimaberichterstattung • Mögliche Entwicklungsperspektiven der nichtfinanziellen Rechnungslegung		
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit		
5	Teilnahmevoraussetzungen		

	Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 70% Ausarbeitung 30% Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 5. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Martin Stawinoga; Tabea Corbach
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Baldarelli/Del Baldo/Nesheva-Kiosseva: Environmental Accounting and Reporting, Springer, Cham 2017. • Çalıyurt/Said (Eds.): Sustainability and Social Responsibility of Accountability Reporting Systems, Springer, Singapore 2019. • Fifka (Hrsg.): CSR und Reporting – Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung verstehen und erfolgreich umsetzen, Gabler Verlag, Berlin/Heidelberg 2014. • Idowu/Del Baldo (Eds.): Integrated Reporting – Antecedents and Perspectives for Organizations and Stakeholders, Springer, Cham 2019. • Kirchhoff (Hrsg.): Integrated Reporting für die Praxis, Gabler Verlag, Wiesbaden 2019. • Sopp/Baumüller/Scheid: Nachhaltigkeitsberichterstattung, Herne 2024. • Theis: Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis – Anwendung im DAX 30, IDW-Verlag, Düsseldorf 2018. • Völker-Lehmkuhl/Reisinger: Wegweiser Nachhaltigkeit, IDW-Verlag, Düsseldorf 2019.

Einführung in die Produktionswirtschaft		
Kurzzeichen BEPW	Modulnummer 14094	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden erkennen die wesentlichen Grundlagen der Produktionswirtschaft und verstehen dezentrale Problemstellungen zur Planung, Gestaltung und zum Betrieb von Produktionssystemen. Sie diskutieren die grundlegenden Problem- und Ausgangsfragestellungen der Produktionswirtschaft, insbesondere die betriebswirtschaftliche Notwendigkeit der Planung, Gestaltung und den Betrieb von Produktionssystemen. Darüber hinaus identifizieren die Studierenden passende Beschaffungsstrategien und Ansätze der Materialwirtschaft. Die Studierenden sind durch das Modul befähigt, unterschiedliche betriebswirtschaftliche Wertschöpfungsprozesse zu erkennen und deren Mengen- und Wertgerüst quantitativ zu beschreiben. Die Studierenden erkennen die funktionalen Beziehungen zwischen dem Faktoreinsatz (Input) und dem Faktorsertrag (Output). Sie sind in der Lage lineare Beziehungen unter Einsatz von mathematischen Modellen darzustellen und Entscheidungshilfen für das Management vorzubereiten. Sie erkennen die Grenzen linearer mathematischer Modelle. Sie übertragen ihre Erkenntnisse auf betriebswirtschaftliche Beschaffungs- und Produktionsprozesse und entwickeln Schlüssel- bzw. Ausgangsfragen für Entscheidungen des Produktionsmanagements.	
3	Inhalte Nach einer kurzen Vorstellung und Diskussion des Produktionsbegriffs erfolgt eine Gegenüberstellung der Produktionsbedingungen und -konzepte vom Anfang des 20. Jahrhunderts mit modernen Produktionssystemen, wie sie heute vielfach in industriell geprägten Unternehmen vorzufinden sind. Anschließend werden die grundlegenden, oftmals linearen Zusammenhänge	

	zwischen den Produktionseinsatzfaktoren und dem Produkt beschrieben und anhand ausgewählter Methoden der Produktions- und Kostentheorie erörtert. Relevante Ansätze des Produktionsmanagements zur Organisation, Planung und Gestaltung von (ganzheitlichen) Produktionssystemen werden erläutert und in den Übungen erprobt.
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur 100% E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Betriebswirtschaftslehre, (2) Bachelor Logistikmanagement, (3) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Benedikt Latos; Prof. Dr. Sven Tackenberg
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Steven, M. (2013): Einführung in die Produktionswirtschaft, 1. Auflage • Ziegenbein, R. (2020): Toolbox Produktionsmanagement, Grundlagen für Studium und Praxis, 3. erweiterte Auflage • Corsten, H.; Gössinger, R. (2016): Produktionswirtschaft, Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, 14. Auflage • Corsten, H.; Gössinger, R. (2017): Übungsbuch zur Produktionswirtschaft, 6. Auflage

Dienstleistungsmarketing		
Kurzzeichen BDMT	Modulnummer 7607	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden erwerben die grundlegenden Zusammenhänge zwischen Dienstleistungsmarketing und Konsumgüter- bzw. Investitionsgütermarketing. Sie erfahren die Abgrenzungsproblematik von Dienstleistungen gegenüber Sachgütern und sind in der Lage Dienstleistungen und Arbeitsleistungen zu differenzieren. Die Studierenden erkennen und erlernen Instrumente zum operationalen Dienstleistungsmarketing. Sie erlernen eine systematische Vorgehensweise zur Erschließung relevanter Problemfelder beim Marketing von Dienstleistungen und erkennen Ansatzpunkte zu einer erfolgreichen Vermarktung von Dienstleistungen. Dazu dient das Einüben von Lösungsstrategien zur Bearbeitung von Fragestellungen des Marketings von Dienstleistungen unter Einsatz des marketingpolitischen Instrumentariums. Dieses Modul schult aufgrund der immateriellen Spezifika von Dienstleistungen das abstrakte und konzeptionelle Denkvermögen. Die Studierenden müssen sich empathisch in die Gefühlswelt potentieller Konsumenten einfinden und trainieren in den Gruppenarbeiten konstruktive Arbeitsbeziehungen untereinander zur Entwicklung tragfähiger Lösungsstrategien.	
3	Inhalte Vorlesung: • Definition von Dienstleistungen • Besonderheiten der Dienstleistung (Immaterialität, externer Faktor, Fähigkeitenpotenzial) • Kaufentscheidungen bei Dienstleistungen • Entwicklung des Dienstleistungssektors • Systematisierung von Dienstleistungen • Situationsanalyse	

	• Zielformulierung und Dienstleistungsstrategien • Marketinginstrumente (Angebotspolitik, Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Personalpolitik) • Qualitätsbegriff und Qualitätssicherung bei Dienstleistungen Übung: Übungsaufgaben in Gruppenarbeit bzw. im Selbststudium lösen; Fallstudien in Gruppenarbeit bzw. im Selbststudium lösen.
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützte Präsentation, Tafel, Flipchart, Beamer
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: Erkenntnisse aus dem Modul Marketing
6	Prüfungsformen Klausur 100% E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 5. Semester Bachelor Betriebswirtschaftslehre 5. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Ingo Kracht; Nathalie Söhngen (Zweitprüferin)
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Bieberstein, I.; Dienstleistungs-Marketing; 4. Aufl.; Ludwigshafen; 2005 • Bruhn, M.; Meffert, H.; Hadwich, K.; Handbuch Dienstleistungsmarketing; Planung-Umsetzung-Kontrolle; 2. Aufl.; Wiesbaden; 2019 • Bruhn, M.; Qualitätsmanagement für Dienstleistungen; Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement; Grundlagen – Konzepte – Methoden; 12. Aufl.; Berlin; Heidelberg; 2020 • Corsten, H.; Gössinger, R.; Dienstleistungsmanagement; 6. Aufl.; München; 2015 • Maleri, R.; Grundlagen der Dienstleistungsproduktion; 5. Aufl.; Berlin; Heidelberg; 2008

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K.; Dienstleistungsmarketing: Grundlagen – Konzepte – Methoden; 8. Aufl.; Wiesbaden; 2015• Meyer, A. (Hrsg.); Dienstleistungsmarketing; Impulse für Forschung und Management; Wiesbaden; 2004• Pepels, W.; Dienstleistungs-Marketing-Management; 3. Aufl.; Berlin; 2017• Scheuch, F.; Dienstleistungsmarketing; 2. Aufl.; München; 2002 |
|---|

Betriebliche Organisationslehre		
Kurzzeichen BBOL	Modulnummer 12347	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden kennen organisationstheoretische Ansätze und die Grundbegriffe der Organisationslehre (als spezielle Betriebswirtschaftslehre). Sie können diese Grundkenntnisse auf praxisbezogene Fragestellungen (Analyse und Lösung von Fallstudien) anwenden. Die Studierenden haben dabei gelernt, sich theoretische Grundlagen selbstständig zu erarbeiten und für eine weiterführende Gruppenarbeit aufzubereiten. Außerdem haben sie die Analyse komplexer Problemstellungen aus der Praxis trainiert und können die theoretischen Konzepte bei der Lösung anwenden. Im Rahmen von Kleingruppenarbeit mit anschließender Plenumsdiskussion haben sie ihre Präsentations- und Moderationskompetenz gestärkt. Die Studierenden werden dazu angehalten, sich mit gesellschaftlichen Entwicklungen auseinanderzusetzen und diese mit den erlernten Grundsätzen in Beziehung zu setzen. Aktuelle Themen, die in laufenden Praxisprojekten oder Forschungsvorhaben eine Rolle spielen, werden aufgenommen und bearbeitet (z. B. Entscheidungsverhalten, Anreizstrukturen und Compliance oder Gestaltung interner Kontrollsysteme).	
3	Inhalte Vorlesungen: - Grundlagen der Organisationstheorie (Überblick und Vertiefung ausgewählter Ansätze) - Organisationsgestaltung als Managementaufgabe, Reorganisationsprojekte - Organisatorische Differenzierung und Gestaltung der Aufbauorganisation (Stellen-Abteilungsbildung, Konfiguration Grundtypen, Dokumentations- und Darstellungstechniken)	

	• Koordinationsinstrumente, organisatorische Integration (Hierarchie, Abstimmung durch Programme, organisatorische Selbstabstimmung u.a.), Projektorganisation • Einflussgrößen auf die Organisationsgestaltung (Vertiefung ausgewählter Themen z. B. Internationalisierung) • Prozessorientierung / Prozessmanagement: Konzept, Begriffe, Identifikation von Prozessen • Organizational Behaviour (Grundgedanke und ausgewählte Aspekte), motivationsorientierte Organisationsgestaltung Übungen: Fallstudien, Gruppenarbeit, moderierte Gruppendiskussion
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung, Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: Kenntnis der Inhalte des Moduls Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben 100% 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 5. Semester Bachelor Betriebswirtschaftslehre 5. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Elke Kottmann; Prof. Dr. Ingo Kracht
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Kieser, A., Kubicek, H.: Organisation, 3. Aufl., Berlin/New York, 1992, bzw. Kieser, A., Walgenbach, P.: Organisation, 6. Aufl., Stuttgart, 2013 • Kieser, A., Ebers, M.: Organisationstheorien, 7. Aufl. Stuttgart, 2014 (oder ältere Auflagen) • Martin, A.: Organizational Behaviour – Verhalten in Organisationen, 2. Aufl., Stuttgart, 2017 • Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M., Royer, S.: Organisation, Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, 7. Aufl., Stuttgart, 2015

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Robbins, St. P.: Organisation der Unternehmung, 9. Aufl., München, 2007• Schreyögg, G., Geiger, D.: Organisation, Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 6. Aufl., Wiesbaden, 2016• Schreyögg, G., Koch, J.: Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 8. Aufl., Wiesbaden, 2020• Staehle, W., H., Conrad, P., Sydow, J.: Management – eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, 8. Aufl., München, 1999 (Neuaufgabe ab 2024) |
|--|

Wirtschaftsmathematik																								
Kurzzeichen BWMA	Modulnummer 14092	Prüfungsnummer:																						
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)																						
Studiensemester: 5. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester																						
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13																						
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): <table><tr><td>Vorlesung</td><td>30</td></tr><tr><td>Übung</td><td>30</td></tr><tr><td>Seminaristischer Unterricht</td><td></td></tr><tr><td>Seminar</td><td></td></tr><tr><td>Praktikum</td><td></td></tr><tr><td>Exkursion</td><td></td></tr><tr><td>Online-Lehrangebote</td><td></td></tr><tr><td>Vor-/Nachbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Prüfungsvorbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td colspan="2"> </td></tr><tr><td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>180</td></tr></table>		Vorlesung	30	Übung	30	Seminaristischer Unterricht		Seminar		Praktikum		Exkursion		Online-Lehrangebote		Vor-/Nachbereitung	60	Prüfungsvorbereitung	60			Gesamte Arbeitsbelastung	180
Vorlesung	30																							
Übung	30																							
Seminaristischer Unterricht																								
Seminar																								
Praktikum																								
Exkursion																								
Online-Lehrangebote																								
Vor-/Nachbereitung	60																							
Prüfungsvorbereitung	60																							
Gesamte Arbeitsbelastung	180																							
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden beherrschen den sicheren Umgang mit Zahlen und können finanzmathematische Probleme selbstständig lösen. Sie sind in der Lage Kurvendiskussionen für einfache Funktionen durchzuführen und können Flächen unter Funktionen berechnen. Die Studierenden beherrschen den sicheren Umgang mit der Linearen Algebra. Sie verstehen, lineare Gleichungssysteme zu formulieren, zu lösen und in zahlreichen Bereichen der Ökonomie anzuwenden. Damit besitzen sie die Grundlagen für weiterführende Kurse in allen Gebieten, insbesondere der BWL, VWL und Statistik.																							
3	Inhalte 1. Folgen, Summen und Reihen und deren finanzmathematische Anwendung 2. Funktionen und Gleichungen 3. Differentialrechnung 4. Integrationsrechnung 5. Lineare Gleichungssysteme und Lineare Programmierung																							
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristischer Unterricht																							

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: Schulmathematik auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100% Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 5. Semester Bachelor Betriebswirtschaftslehre 1. Semester Bachelor Logistikmanagement 1. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Korbinian von Blanckenburg; N.N.
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Blanckenburg, K.v. (2021), Mathematik in der BWL: anwendungsorientiert und verständlich (3. Auflage), München. • Blanckenburg, K.v. (2019), Übungsbuch zur Mathematik in der BWL, München. • Arrenberg, J. (2012), Wirtschaftsmathematik für Bachelor, München. • Heldermann, N. (2014), Höhere Mathematik 1, Lemgo. • Terveer, I. (2013), Mathematik für Wirtschaftswissenschaften, 3. Aufl., München. • Röpcke, H./ Wessler, M. (2012), Wirtschaftsmathematik, München.

Kommunikation und Interaktion in Teams		
Kurzzeichen BKIT	Modulnummer	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Gegenstand des Moduls sind die Grundlagen der Kommunikation und Interaktion in Teams. Die Studierenden kennen und diskutieren die wichtigsten theoretischen Modelle und Formen der Kommunikation. Sie können Merkmale und Arten von Teams beschreiben und voneinander abgrenzen. Sie wenden sozial- und allgemeinspsychologische Theorien an, um affektive, kognitive und motivationale Chancen und Herausforderungen der Arbeit in Teams zu verstehen (z.B. Ostrazismus, Groupthink, „soziales Faulenzen“). Sie sind in der Lage, anhand wirtschaftspsychologischer Beispiele Maßnahmen für eine bessere Kommunikation und Zusammenarbeit in Teams zu entwickeln.	
3	Inhalte • klassische und integrative Kommunikationsmodelle • Formen der Kommunikation • Merkmale und Arten von Teams in der Praxis • Rollenmuster und Teamstrukturen • Kohäsion, soziale Distinktheit und Ostrazismus • Teamkognition und Groupthink • Motivationsverluste in Teams („soziales Faulenzen“) • Konfliktprävention und -lösung in und zwischen Teams	
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit	

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation 50 % Ausarbeitung 50 % Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 6. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Georg Halbeisen, N.N. (P&O)
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Becker, F. (2016). <i>Teamarbeit, Teampsychologie, Teamentwicklung</i>. Springer. • Haslam, S. A. (2012). <i>Psychology in Organizations: The Social Identity Approach (2nd Edition)</i>. SAGE Publications Ltd. • Nerdinger, F. W., Blicke, G., & Schaper, N. (2019). <i>Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Aufl.)</i>. Springer. • Röhner, J., & Schütz, A. (2020). <i>Psychologie der Kommunikation (3. Aufl.)</i>. Springer.

Psychologie des betrieblichen Gesundheitsmanagements		
Kurzzeichen BPGM	Modulnummer	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Besuch dieses Kurses haben die Studierenden einen Überblick zu den Rahmenbedingungen und Handlungsfeldern des modernen betrieblichen Gesundheitsmanagements. Sie kennen die inhaltlichen Grundlagen zur Beurteilung und Analyse psychischer Gefährdungen bei der Arbeit sowie mögliche Ursachen (z. B. Zeitdruck, Überlastung, Mobbing). Außerdem kennen sie Modelle der psychologischen Gesundheitsförderung im Arbeitskontext und können deren Bedeutung in den allgemeinen Rahmen einer gesunden und resilienten Organisation einordnen. Darüber hinaus sind Studierende mit unterschiedlichen psychologischen Forschungsansätzen und Methoden vertraut, die dazu beitragen, Effekte und Wirksamkeit von Maßnahmen zur Prävention, Intervention und Rehabilitation im Arbeitskontext empirisch abzusichern. Ebenso sind sie in der Lage, Möglichkeiten und Potenziale sowie Grenzen und Risiken digitaler Gesundheitstools aufzuzeigen und kritisch einschätzen zu können. Durch eigenständige Literaturlernte in der Übung erarbeiten sich Studierende die Kompetenz, sich auch mit dem internationalen Forschungsstand zur Psychologie im Gesundheitsmanagement souverän vertraut machen und das erworbene Wissen aus Problemstellungen in der Praxis anwenden zu können.	
3	Inhalte - Entwicklung und Legitimation des betrieblichen Gesundheitsmanagements sowie aktuelle Zahlen zu psychischen Erkrankungen in Organisationen - Maximen und Definition eines modernen Gesundheitsverständnisses	

	• Rechtliche Rahmenbedingungen, Leitlinien und Schutzvorschriften • Organisation und Handlungsfelder des betrieblichen Gesundheitsmanagements • Psychologische Theorien und Modelle des Gesundheitsverhaltens im Arbeitskontext • Beurteilung physischer und psychischer Gefährdungen bei der Arbeit • Arbeitsbedingte psychosoziale Einflüsse, Arbeitsstressmodelle, Methoden zur Untersuchung der Zusammenhänge mit der psychischen Gesundheit der Beschäftigten • Abschätzen von Erkrankungsrisiken, Berufsgruppen mit erhöhten Risiken sowie die bio-psycho-sozialen Zusammenhänge und Entstehungsmechanismen von Krankheiten • Individuelle und organisationale Schlüsselfaktoren für eine gesundheitsförderliche und resilienzstärkende Arbeitsgestaltung • Digitale Tools in der Gesundheitsförderung (Prävention, Intervention, Rehabilitation) • Methoden und Instrumente der Wirksamkeitsevaluation gesundheitsfördernder Maßnahmen im Arbeitskontext
4	Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützter Präsentation, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit. In der Übung werden die Vorlesungsinhalte vertieft und durch die Studierenden anhand von Fallstudien und aktuellen wissenschaftlichen Fachartikeln auf die Anwendung in der Praxis transferiert.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung 100 % Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N. N. (A&G), N. N. (P&O)

11 Sonstige Informationen

Literatur (Auswahl):

- Angerer, P. et al. (2014). *Psychische und psychosomatische Gesundheit bei der Arbeit*. Ecomed.
- Neuner, R. (2021). *Psychische Gesundheit bei der Arbeit: Gefährdungsbeurteilung und gesunde Organisationsentwicklung*. Springer Gabler.
- Reier, N. (2023). *Betriebliches Gesundheitsmanagement*. Springer.
- Scharnhorst, J. (2019). *Psychische Belastungen am Arbeitsplatz vermeiden*. Haufe.
- Uhle, T. & Treier, M. (2019). *Betriebliches Gesundheitsmanagement: Gesundheitsförderung in der Arbeitswelt – Mitarbeiter einbinden, Prozesse gestalten, Erfolge messen*. Springer.

Außerdem werden Artikel aus einschlägigen wissenschaftlichen Zeitschriften besprochen (z. B. Zeitschrift für Arbeits- & Organisationspsychologie, Academy of Management Journal, European Journal of Work and Organizational Psychology).

Personalmanagement		
Kurzzeichen BPMG	Modulnummer 13984	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 60 Übung 60 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden lernen zentrale Handlungsfelder und Instrumente des Personalmanagements kennen. Sie beherrschen die Grundzüge der Funktionen Personalplanung, Personalbeschaffung, Personaleinsatz, Personalentwicklung, Anreizgestaltung und Mitarbeiterbindung und verstehen, welchen Einfluss die Einbettung in das deutsche System der Arbeitsbeziehungen auf die Gestaltung dieser Funktionen hat. Die Studierenden sind in der Lage, geeignete Instrumente für die Personalmanagementfunktionen zu identifizieren und deren Voraussetzungen und Wirkungen auf Basis theoretischer Überlegungen abzuschätzen.	
3	Inhalte • Ökonomische und psychologische Theorien des Personalmanagements • Institutionelle Rahmenbedingungen • Personalplanung • Personalbeschaffung • Personalentwicklung • Personaleinsatz • Personalfreisetzung • Personalvergütung	
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit	

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur 100 % Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 6. Semester Bachelor Betriebswirtschaftslehre 4. Semester Bachelor Logistikmanagement 4. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Anja Iseke; Katharina Agethen
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Stock-Homburg, R./Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien – Konzepte – Instrumente, 4. Aufl., Wiesbaden

Marketing																						
Kurzzeichen BMKT	Modulnummer 7618	Prüfungsnummer:																				
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)																				
Studiensemester: 6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester																				
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13																				
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): <table><tr><td>Vorlesung</td><td>30</td></tr><tr><td>Übung</td><td>30</td></tr><tr><td>Seminaristischer Unterricht</td><td></td></tr><tr><td>Seminar</td><td></td></tr><tr><td>Praktikum</td><td></td></tr><tr><td>Exkursion</td><td></td></tr><tr><td>Online-Lehrangebote</td><td></td></tr><tr><td>Vor-/Nachbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Prüfungsvorbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>180</td></tr></table>		Vorlesung	30	Übung	30	Seminaristischer Unterricht		Seminar		Praktikum		Exkursion		Online-Lehrangebote		Vor-/Nachbereitung	60	Prüfungsvorbereitung	60	Gesamte Arbeitsbelastung	180
Vorlesung	30																					
Übung	30																					
Seminaristischer Unterricht																						
Seminar																						
Praktikum																						
Exkursion																						
Online-Lehrangebote																						
Vor-/Nachbereitung	60																					
Prüfungsvorbereitung	60																					
Gesamte Arbeitsbelastung	180																					
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden lernen die grundlegenden Entscheidungsfelder des Marketings, das Marketinginstrumentarium sowie die Definitionen des marketingspezifischen Fachvokabulars kennen. Sie können das Marketing in die betriebswirtschaftliche Theorie einordnen. Sie verstehen die Einordnung von praxisorientierten Fragestellungen in die relevanten Themengebiete des Marketings und schaffen ein Problembewusstsein für individuelle Lösungsstrategien zur Bearbeitung marketingspezifischer Fragestellungen mit Hilfe von Übungen. Die Studierenden führen durch problemorientiertes Erlernen erworbener Fähigkeiten die Umsetzung von Problemen in marketingorientierte Fragestellungen mit Hilfe der Anwendung des Marketinginstrumentariums durch. Insbesondere trainieren die Studierenden ihr analytisches und konzeptionelles Denkvermögen durch die Analyse vorliegender Marktsituationen. In den Übungen werden die Auswahl, der Transfer und die Anwendung von theoretisch erworbenen Methoden auf praxisrelevante Fragestellungen und Prozesse im beruflichen Tätigkeitsfeld geübt. Die Abhaltung von Gruppenarbeiten in den Übungen schafft eine teamorientierte Lösungsfindung bei einem respektvollen Umgang der Gruppenmitglieder miteinander.																					
3	Inhalte Vorlesung: • Definition Marketing • Situationsanalyse • Marketingforschung (Primär- und Sekundärforschung)																					

	• Marketing-Prognose • Marktsegmentierung • Marketingziele • Ausgewählte strategische Methoden • Marketinginstrumente (Produktpolitik, Kontrahierungspolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik) Übung: Übungsaufgaben in Gruppenarbeit bzw. im Selbststudium lösen
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von EDV-gestützte Präsentation, Tafel, Flipchart, Beamer
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: Erkenntnisse aus dem Modul Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren 100% Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 6. Semester Bachelor Betriebswirtschaftslehre 4. Semester Bachelor Logistikmanagement 4. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Ingo Kracht;
10	Sonstige Informationen Literatur: • Freter, H.; Marketing; Die Einführung mit Übungen; München 2004 • Kotler, P. et al.; Grundlagen des Marketing; 8. Aufl.; München; 2022 • Kotler, P.; Keller K., L.; Opresnik, M., O.; Marketing-Management; Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien; 15. Aufl., München, 2017

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Meffert, H.; Burmann, Chr.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.; Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele; 13. Aufl.; Wiesbaden; 2019• Becker, J.; Marketing-Konzeption; Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements; 11. Aufl.; München; 2019• Weis, H. C.; Marketing (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft); 18. Aufl.; Ludwigshafen; 2019 |
|--|---|

Intercultural Competence																						
Kurzzeichen BINT	Modulnummer	Prüfungsnummer:																				
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)																				
Studiensemester: 6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester																				
Unterrichtssprache: englisch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13																				
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): <table><tr><td>Vorlesung</td><td>60</td></tr><tr><td>Übung</td><td>60</td></tr><tr><td>Seminaristischer Unterricht</td><td></td></tr><tr><td>Seminar</td><td></td></tr><tr><td>Praktikum</td><td></td></tr><tr><td>Exkursion</td><td></td></tr><tr><td>Online-Lehrangebote</td><td></td></tr><tr><td>Vor-/Nachbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Prüfungsvorbereitung</td><td>60</td></tr><tr><td>Gesamte Arbeitsbelastung</td><td>180</td></tr></table>		Vorlesung	60	Übung	60	Seminaristischer Unterricht		Seminar		Praktikum		Exkursion		Online-Lehrangebote		Vor-/Nachbereitung	60	Prüfungsvorbereitung	60	Gesamte Arbeitsbelastung	180
Vorlesung	60																					
Übung	60																					
Seminaristischer Unterricht																						
Seminar																						
Praktikum																						
Exkursion																						
Online-Lehrangebote																						
Vor-/Nachbereitung	60																					
Prüfungsvorbereitung	60																					
Gesamte Arbeitsbelastung	180																					
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden werden in der Lage sein, ihre interkulturellen Kompetenzen durch die Verbesserung der folgenden Fähigkeiten zu vertiefen: Einfühlungsvermögen, Zuhören und Beobachten, Flexibilität, Konfliktlösung und Ambiguitätstoleranz, usw. Die Studierenden werden auch ihre Fähigkeiten zum kritischen Denken einsetzen, um zu verstehen, dass interkulturelle Kompetenz auch mit der Wertschätzung von Demokratie und Menschenrechten verbunden ist. Im Rahmen von Gruppenarbeiten stärken sie ihre Kompetenzen durch aktives Zuhören und aktive Kommunikation.																					
3	Inhalte Verschiedene Aktivitäten werden eingesetzt, um das Einfühlungsvermögen, das Zuhören, die Beobachtung, die Flexibilität, die Konfliktlösung und die Toleranz der Studierenden zu fördern. Zusätzlich werden verschiedene Übungen durchgeführt, um ihren Horizont und ihre Kommunikationsfähigkeiten im Umgang mit anderen Kulturen zu vertiefen und zu erweitern. Anhand von Texten, Fallstudien, kritischen Vorfällen, Spielen und Videos werden Verständnis und Diskussionsmöglichkeiten geschaffen, um die interkulturellen Kompetenzen der Teilnehmer zu verbessern. Darüber hinaus werden Recherchen zu verschiedenen Themen durchgeführt und spezifische Informationen gesammelt und analysiert, um sie in Plenarsitzungen zu präsentieren oder zu diskutieren.																					

4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung und Übung mit dem Einsatz von Tafel, Präsentationsfolien, Beamer, Computer, Overhead-Projektor, Flipchart, Partner- und Gruppenarbeiten sowie Stellwand und Medienkoffer
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: 6-7 Jahre Schulenglisch oder Niveau B1+ des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Darüber hinaus gelten die Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: das Interesse, andere Menschen und Kulturen zu verstehen
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung 100 % Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 6. Semester Bachelor Betriebswirtschaftslehre 4. Semester Bachelor Logistikmanagement 4. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Monja de Silva; Prof. Dr. Sholpan Gaisina
10	Sonstige Informationen Das Material wird hauptsächlich von der Lehrkraft erstellt. Es werden auch authentische Texte, Fallstudien, Videos usw. verwendet.

Business Analytics			
Kurzzeichen BBAN		Modulnummer 12201	Prüfungsnummer:
Credits: 6		Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 6. Semester		Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch		Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180		
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden verstehen den betriebswirtschaftlichen Informations- und Entscheidungsunterstützungsbedarf und kennen Modelle, Methoden und Techniken von Business Analytics. Sie erlangen Kenntnisse über Datenbanken, Data Warehouses und Data Marts als Plattformen für betriebliche Informationssysteme. Sie kennen ERP-Systeme und Reporting- und Data Mining-Tools zur deskriptiven und explorativen Analyse und Präsentation von Daten. Darüber hinaus erlangen sie ein Verständnis für prädiktive und präskriptive Analysen zur Unterstützung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen. Die Studierenden sammeln Erfahrungen in der Bewertung von IT-Fragestellungen anhand von Fallbeispielen.		
3	Inhalte • Einführung in die Informations- und Datenverarbeitung • Aufbau und Funktion von Business Analytics-Systemen • Datenbanken, Data Warehouses und Data Marts • ERP-Systeme und Business Intelligence • Reporting und Data Mining-Tools • Predictive und prescriptive Analytics: Ansätze und Methoden		
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit		
5	Teilnahmevoraussetzungen		

	Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung 100 % Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie 6. Semester
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Nadine Guhr, Prof. Dr. Elmar Hartweg
10	Sonstige Informationen Literatur (Auswahl): • Bächle, Michael, Daurer, S. & Kolb, A. (2021): Einführung in die Wirtschaftsinformatik – Ein fallstudienbasiertes Lehrbuch, 5. Auflage. De Gruyter Oldenbourg 2021. • Baars, Henning & Kemper, Hans-Georg (2021). Business Intelligence & Analytics – Grundlagen und praktische Anwendungen, Ansätze der IT-basierten Entscheidungsunterstützung, Springer Vieweg, 2021. • Weber, Felix (2020): Künstliche Intelligenz und Business Analytics – Algorithmen, Plattformen und Anwendungsszenarien, Springer Vieweg 2020. • Seiter, Mischa (2023): Business Analytics. Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen. 3. Aufl. München 2023.

Planspiel SAP		
Kurzzeichen BSAP	Modulnummer 7772	Prüfungsnummer:
Credits: 6	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h Selbststudium: 120 h	Anteil Abschlussnote: 3,33 % (6 von 180 Credits)
Studiensemester: 6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 13
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung 30 Übung 30 Seminaristischer Unterricht Seminar Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung 60 Prüfungsvorbereitung 60 Gesamte Arbeitsbelastung 180	
2	Lernziele / Kompetenzen Die Studierenden erlernen die betriebswirtschaftlichen Prozesse – vom Vertrieb über die Produktion und Logistik bis hin zum Finanzwesen – anhand des Unternehmensplanspiel ERPSim. Sie erarbeiten die Grundlagen für strategische und operative Geschäftsentscheidungen und setzen diese mit SAP ERP um. Neben dem Erwerb von SAP ERP Kenntnissen trainieren die Studierenden durch die Gruppenarbeit in einem realen Unternehmensumfeld ihre Teamfähigkeit.	
3	Inhalte • Grundlagen von ERP-Systemen • Software-Klassifikation und Software-Markt • Verwaltung von Stammdaten (Lieferant, Material, Kunde, Stückliste etc.) • Abwicklung von Beschaffungen • Abwicklung von Fertigungsaufträgen • Abwicklung von Kundenaufträgen • wichtige Funktionen aus der Buchhaltung und dem Controlling • wichtige Funktionen aus dem Personalwesen • Online Analytical Processing	
4	Informationen zu Lehrformen Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von DV-gestützte Präsentation, Beamer, Tafel, Präsentationsfolien, Flipchart, Fallstudien, Gruppenarbeit	

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation Ausarbeitung 100% Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100%
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bachelor Wirtschaftspsychologie; Bachelor Betriebswirtschaftslehre
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende (ggf. Erst- und Zweitprüfende) Prof. Dr. Elmar Hartweg;
10	Sonstige Informationen Literatur: • HEC Montreal (Hrsg.): Participant Guide for Logistics Game, 2021-2022 Edition • HEC Montreal (Hrsg.): Participant Guide for Manufacturing Game, 2021-2022 Edition • Léger, P.-M.: ERP Simulation Game with SAP ERP: Manufacturing Game, 7th édition, ERPsim Lab, HEC Montréal, 2017

Freiwilliges Praxissemester		
Kurzzeichen	Modulnummer	Prüfungsnummer:
Credits: 30	Kontaktzeit: fallweise Besprechung mit Betreuer:in Selbststudium: individueller Zeitaufwand zur Vor- und Nachbereitung und Begleitung	Anteil Abschlussnote: -
Studiensemester: 4./5./6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester, Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende:
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): -	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden werden an die beruflichen Tätigkeiten von späteren Bachelorabsolventinnen und Bachelorabsolventen der jeweiligen Fachrichtung durch konkrete Aufgabenstellungen und praktische, kaufmännische Mitarbeit in Betrieben oder anderen vergleichbaren Einrichtungen der Berufspraxis herangeführt. Die 20-wöchige, ab dem vierten Fachsemester freiwillig in das Studium integrierbare Praxisphase 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. Das freiwillige Praxissemester kann eine erweiterte Entscheidungsgrundlage zur gezielten Spezialisierung im nachfolgenden Studienabschnitt sowie bei der späteren Berufswahl bilden.	
3	Inhalte Die Studierenden werden an die beruflichen Tätigkeiten von späteren Bachelorabsolventinnen und Bachelorabsolventen der jeweiligen Fachrichtung durch konkrete Aufgabenstellungen und praktische, kaufmännische Mitarbeit in Betrieben oder anderen vergleichbaren Einrichtungen der Berufspraxis herangeführt. Die 20-wöchige, ab dem vierten Fachsemester freiwillig in das Studium integrierbare Praxisphase 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. Das freiwillige Praxissemester kann eine erweiterte Entscheidungsgrundlage zur gezielten Spezialisierung im nachfolgenden Studienabschnitt sowie bei der späteren Berufswahl bilden.	
4	Lehrformen Begleitung der Tätigkeiten der Studierenden während des freiwilligen Praxissemesters (auch fernmündlich und schriftlich sowie per E-Mail-Wechsel).	
5	Teilnahmevoraussetzungen Formale und inhaltlich: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe sowie der Praxissemesterordnung des FBW.	

6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung Präsentation x Ausarbeitung x Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreiche Teilnahme am freiwilligen Praxissemester gemäß der gegebenen inhaltlichen und formalen Voraussetzungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie (2) Bachelor Betriebswirtschaftslehre (3) Bachelor Logistikmanagement
9	Stellenwert der Note für die Endnote 0/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Betreuende Professorinnen und Professoren des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften
11	Sonstige Informationen Die Unterrichtssprache ist Deutsch/Englisch je nach den Erfordernissen des Betriebs, in dem das freiwillige Praxissemester absolviert wird. Eine Literaturempfehlung ist abhängig von der jeweiligen Aufgabe des freiwilligen Praxissemesters und erfolgt im Rahmen der hochschuleitigen Begleitung des Praxissemesters durch das betreuende Mitglied der Professorenschaft. Organisatorische und prüfungsmäßige Besonderheiten: • Prüfer/-in im Sinne von Betreuer/-in des freiwilligen Praxissemesters können alle Modulverantwortlichen der jeweiligen Studiengänge sein. • Anerkennungsvoraussetzungen: Schriftlicher Abschlussbericht, Zeugnis des Praxissemesterbetriebs bzw. einer anderen Einrichtung der Berufspraxis, Praxissemesterpräsentation • Das erfolgreich absolvierte freiwillige Praxissemester wird nicht benotet und geht damit nicht in die Endnote ein. Durch das freiwillige Praxissemester können zusätzliche 30 ECTS erworben und bescheinigt werden, die gegebenenfalls später bspw. für eine Zulassung zu einem dreisemestrigen Masterstudiengang erforderlich sein können. • Organisatorischer Ablauf: Der Studierende sucht sich vorab eine Betreuerin/einen Betreuer aus der Professorenschaft des jeweiligen Studiengangs. Ferner sucht sich der Studierende eigenständig einen Betrieb zur Durchführung des freiwilligen Praxissemesters. Vor Beginn des freiwilligen Praxissemesters sind die einschlägigen Verträge und Formulare mit bzw. zwischen dem Studierenden, dem betreuenden Unternehmen sowie der Technischen Hochschule

	Ostwestfalen-Lippe (vertreten durch den Prüfungsausschuss des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften) zu unterschreiben. Dies ist unabdingbare Voraussetzungen für eine spätere Anerkennung des Praxissemesters mit den entsprechenden 30 ECTS. Nach erfolgreichem Abschluss des freiwilligen Praxissemesters erhält der Studierenden ein Zeugnis vom betreuenden Betrieb, fertigt einen Praxissemesterbericht an und präsentiert die Ergebnisse seines Praxissemesters vor ihrer/seinem Betreuer/-in aus der Professorenschaft. Regelstudienzeit: Durch Absolvieren des freiwilligen Praxissemesters erhöht sich die Regelstudienzeit auf sieben Semester.
--	---

Wirtschaftspsychologische Bachelorarbeit mit Kolloquium		
Kurzzeichen BWBK	Modulnummer	Prüfungsnummer:
Credits: 15	Kontaktzeit: 0,2 SWS / 3 h Selbststudium: 447 h	Anteil Abschlussnote: 8,33 % (15 von 180 Credits)
Studiensemester: 6. Semester	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester, Wintersemester
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min:	Anzahl Studierende: 50
1	Lehrveranstaltungsform & Arbeitsaufwand (in h): Vorlesung Übung Seminaristischer Unterricht Seminar270 Praktikum Exkursion Online-Lehrangebote Vor-/Nachbereitung90 Prüfungsvorbereitung90 Gesamte Arbeitsbelastung450	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden können eine anwendungsorientierte Fragestellung aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie eigenständig definieren und präzisieren und mittels adäquater Forschungsmethoden bearbeiten. Sie sind in der Lage, relevante wissenschaftliche Literatur systematisch zu recherchieren, auszuwerten und zur Beantwortung der Fragestellung nutzbar zu machen. Die Studierenden bewerten kritisch bestehende Forschungsansätze und entwickeln eigenständig begründete Schlussfolgerungen. Sie dokumentieren und erläutern den Lösungsweg gemäß den fachwissenschaftlichen Standards im Rahmen einer schriftlichen Ausarbeitung. Sie planen die einzelnen Prozessschritte ihrer Bachelorarbeit eigeninitiativ und führen sie im Rahmen der zeitlichen und inhaltlichen Vorgaben durch. Im Rahmen des Kolloquiums ordnen die Studierenden die spezifischen Inhalte und Ergebnisse ihrer Bachelorarbeit in den jeweiligen Gesamtzusammenhang ein, reflektieren den Forschungsprozess kritisch und bewerten die Ergebnisse ihrer Arbeit selbständig. Sie kommunizieren dabei situations- und adressatenadäquat. In der Diskussion mit den Prüfenden stellen die Studierenden ihre Fach- und Methodenkompetenz unter Beweis und zeigen, dass sie ihre fachlichen Positionen versiert und selbstreflektiert vertreten können.	
3	Inhalte	

	Die Inhalte der Bachelorarbeit richten sich jeweils nach der konkreten Aufgabenstellung, die die Studierenden in Absprache mit der Betreuerin/dem Betreuer festlegen. Das Kolloquium bezieht sich vornehmlich auf die Inhalte, die sich aus dem Thema der Bachelorarbeit ergeben. Das Thema der Bachelorarbeit wird in den Gesamtkontext der Lehr- und Lerninhalte der übrigen Module des Studiengangs gestellt und somit auf der übergeordneten Ebene der Wirtschaftspsychologie erörtert.
4	Lehrformen Individuelle Betreuung durch eine Dozentin oder einen Dozenten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Voraussetzungen gemäß aktueller Studiengangprüfungsordnung und allgemeinem Teil der Bachelor- und Masterprüfungsordnung der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe. Grundsätzlich müssen sämtliche Modulprüfungen des Studiengangs bestanden sein. In Ausnahmefällen können bei der Anmeldung zur Bachelorarbeit noch drei Module nicht abgeschlossen sein, wenn diese in naher Zukunft aller Voraussicht nach bestanden werden. Inhaltlich: Es werden umfangreiche Kenntnisse in wirtschaftspsychologischen Grundlagen und Methoden sowie in den jeweils gewählten Anwendungsgebieten der Wirtschaftspsychologie erwartet.
6	Prüfungsformen Klausur E-Klausur Prüfung im Antwort-Wahl-Verfahren Open Book Prüfung Mündliche Prüfung x Präsentation Ausarbeitung x Semesterbegleitende Aufgaben Gesamte Arbeitsbelastung 100 %
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) (1) Bachelor Wirtschaftspsychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 15/180: Bachelor Wirtschaftspsychologie
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Nadine Guhr; Prof. Dr. Georg Halbeisen, Prof. Dr. Anja Iseke, Prof. Dr. Tobias Krüger, Prof. Dr. Michael Minge, N. N. (P&O), N. N. (A&G)
11	Sonstige Informationen Die Studierenden unterbreiten der Betreuerin/dem Betreuer vor Beginn der Bearbeitungszeit einen Themenvorschlag und stimmen diesen mit der betreuenden Person ab (§ 26 (2) APO). Die zehnwöchige Bearbeitungszeit beginnt mit der Ausgabe des abgestimmten Themas durch den

	Prüfungsausschussvorsitzenden. Das Kolloquium dauert etwa 30 Minuten und findet in der Regel etwa vier Wochen nach Abgabe der Bachelorarbeit statt. Die Literatur ist themen- bzw. projektspezifisch.
--	---