

Modulhandbuch

**Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie
(Master WIP)
– Master of Science –**

SPO 51

Wintersemester 25/26

Stand: 14.09.2025

Inhaltsverzeichnis

Modulinformation	3
Studiengangsleitung	3
Modulübersichten	4
Studienverlauf Schwerpunkt Markt	4
Studienverlauf Schwerpunkt Personal	4
Modulbeschreibungen im Einzelnen	5
Erstes Semester	5
Methoden: Multivariate statistische Verfahren	5
* <i>Methods: Multivariate statistical procedures</i>	5
Projektmanagement Next Level: Methoden, Tools & Future Skills	9
* <i>Project Management Next Level: Methods, Tools & Future Skills</i>	9
Führung und Management: Selbstmanagement: Lernreise Resilienz	12
* <i>Leadership and management: Self-management: Resilience learning journey</i>	12
Organisation, Change und Consulting: Transformations- & Changemanagement	16
* <i>Organisation, Change and Consulting: Transformation & Change Management</i>	16
Organisation, Change und Consulting: Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis	20
* <i>Organisation, Change and Consulting: Lecture series: Business psychology consulting in practice</i>	20
Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit	24
* <i>Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 1: Digitalisation and Health</i>	24
Digitales Marketing	27
* <i>Digital Marketing</i>	27
Zweites Semester	32
Schwerpunkt Personal	32
Schwerpunkt Personal: Training, Coaching, Teamentwicklung	32
* <i>Specialisation module Focus on Human Resources: Training, Coaching, Team Development</i>	32
Schwerpunkt Personal: Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik	35
* <i>Specialisation module Focus on Human Resources: Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i>	35
Schwerpunkt Personal: Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting	38
* <i>Specialisation module Focus on Human Resources: Practical project: Personnel Psychological Consulting</i>	38
Schwerpunkt Markt	41
Schwerpunkt Markt: Customer Experience Management	41
* <i>Specialisation module Market: Customer Experience Management</i>	41
Schwerpunkt Markt: Ethik & Konsum	44
* <i>Specialisation module Market: Ethics & Consumption</i>	44
Schwerpunkt Markt: Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung	47
* <i>Specialisation module Market: Practical project: Market Research & Consulting</i>	47
Methoden: Data Analytics	50
* <i>Methods: Data Analytics</i>	50

Führung und Management: Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen ...	52
<i>*Leadership and management: Information processing for management decisions</i>	52
Organisation, Change und Consulting: Cases in Change Consulting.....	55
<i>*Organisation, Change and Consulting: Cases in Change consulting.....</i>	55
Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 2:	
Technologieakzeptanz und Human Factors	58
<i>*Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 2: Technology</i>	
<i>Acceptance and Human Factors</i>	58
Drittes Semester	61
Wahlpflichtmodul	61
<i>*Elective Compulsory Module.....</i>	61
Masterprojekt: Masterseminar	63
<i>*Master Project: Master Seminar/ Research Seminar</i>	63
Masterprojekt: Masterarbeit	66
<i>*Master Project: Master Thesis/ Dissertation</i>	66

Modulinformation

Das Masterstudium umfasst 7 Module und das Masterprojekt. Ein Modul beinhaltet in der Regel 6 bis 15 ECTS. Das Masterprojekt umfasst insgesamt 25 ECTS, von denen 5 ECTS auf das Masterseminar entfallen. Die Masterarbeit umfasst 20 ECTS und dauert vier Monate.

Studiengangsleitung

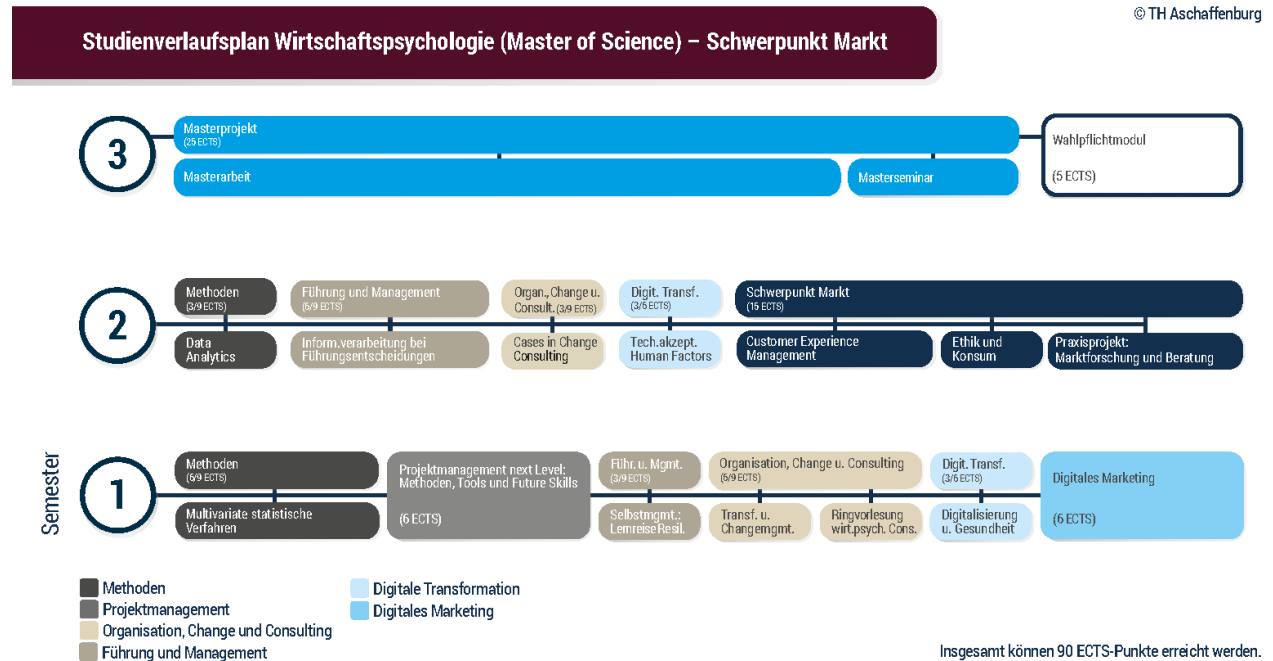
Prof. Dr. Kotte

Modulübersichten

Studienverlauf Schwerpunkt Markt

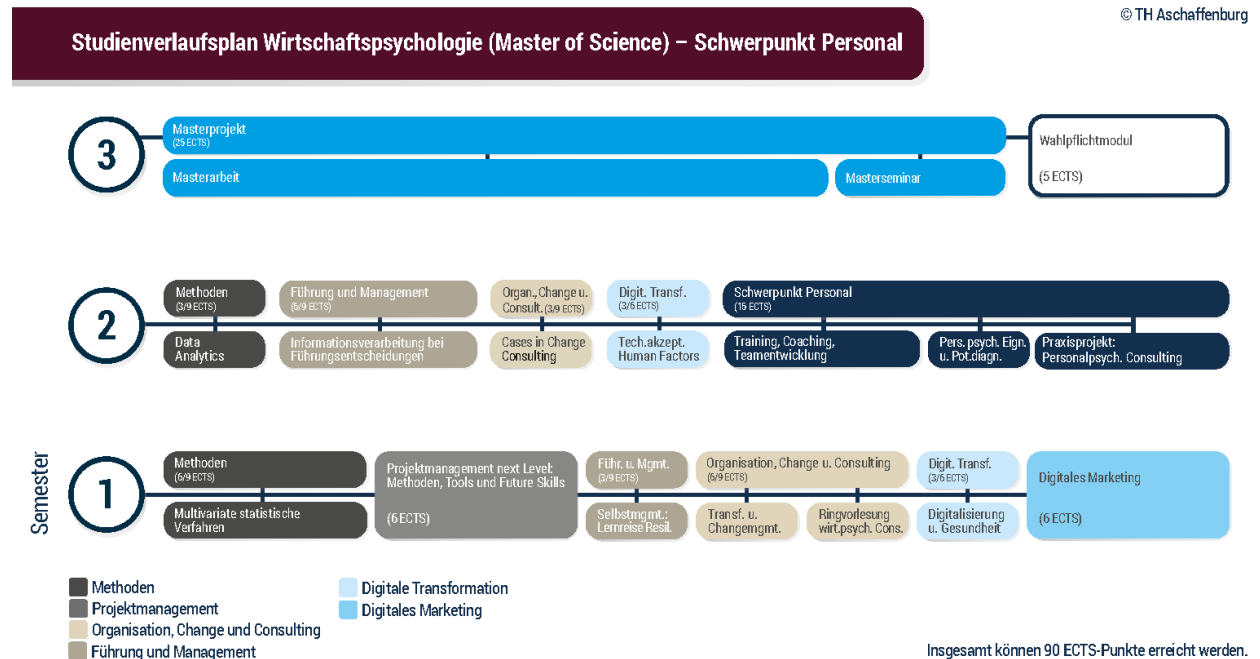
Klick auf ein Modul führt
zur Modulbeschreibung

© TH Aschaffenburg



Studienverlauf Schwerpunkt Personal

© TH Aschaffenburg



Modulbeschreibungen im Einzelnen

Erstes Semester

Methoden: Multivariate statistische Verfahren <i>*Methods: Multivariate statistical procedures</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	XXXX	Multivariate statistische Verfahren <i>Multivariate statistical procedures</i> (A1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Sebold	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		1. Semester <i>1.Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Voraussetzung für das Modul sind R-Kenntnisse. Falls nicht vorhanden wird erwartet, dass diese selbstständig erworben werden. Grundkenntnisse in R: - Einlesen von Datensätzen - Transformieren einzelner Variablen - Univariate deskriptive Beschreibung und Darstellung - Bivariate Zusammenhänge mit Hypothesentests testen und darstellen Dalls Sie im Bachelor noch nicht gelernt haben, mit R-Daten zu analysieren, sollten Sie parallel den Kurs besuchen: https://www.th-ab.de/fileadmin/th-ab-redaktion/dokumente/International-Office/Incoming/Kursbeschreibung/6340_IW_01.pdf	

	Knowledge of R is a prerequisite for this module. If you do not have this knowledge, you are expected to acquire it independently. Basic knowledge of R: - Reading data sets - Transforming individual variables - Univariate descriptive description and representation - Testing and representing bivariate correlations with hypothesis tests If you have not yet learned how to analyse data with R in your bachelor's degree, you should attend the following course in parallel: https://www.th-ab.de/fileadmin/th-ab-redaktion/dokumente/International-Office/Incoming/Kurs-beschreibungen/6340_IW_01.pdf
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine. None.
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Schriftliche Prüfung (90 Minuten)
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden kennen zentrale multivariate Verfahren zur Vorhersage und Erklärung von Variablen – einschließlich ihrer Indikation, Voraussetzungen und typischer Anwendungsbeispiele. Sie sind in der Lage, ausgewählte multivariate Verfahren mit einem Datenanalyse-Programm (R) anzuwenden und die Ergebnisse zu interpretieren. Darüber hinaus erwerben die Studierenden methodische Kompetenzen im Bereich quantitativer Verfahren und können bei ausgewählten wirtschaftspsychologischen Fragestellungen geeignete multivariate Methoden auswählen und umsetzen und deren Ergebnisse einordnen. Students are familiar with key multivariate methods for predicting and explaining variables – including their indications, assumptions, and typical applications. They are able to apply selected multivariate techniques using a data analysis program (R) and interpret the results. In addition, students acquire methodological skills in quantitative methods and are able to select, apply, and interpret appropriate multivariate techniques for selected questions in business psychology.

Lerninhalte <i>Content</i>	- Multiple Linear Regression Wie beeinflussen mehrere unabhängige Variablen eine Zielgröße? Theorie, Annahmen & Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung, Modellvergleiche - Varianzanalyse (ANOVA, einfaktoriell & mehrfaktoriell) Welche Faktoren haben einen Einfluss auf eine Zielgröße? Theorie, Annahmen & Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung - Allgemeines Lineares Modell (ALM) Gibt es ein übergeordnetes theoretisches Modell für die multiple Regression & die Varianzanalyse? Theorie des allgemeinen linearen Modells - Generalisiertes Lineares Modell (GLM, Binär & Multinomial) Was tun, wenn die Zielgröße keine Normalverteilung aufweist? Theorie, Annahmen & Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung - Lineare Gemischte Modelle (LMM) Wie gehen wir mit Daten um, die eine hierarchische Struktur haben? Theorie, Annahmen & Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung - Multiple Linear Regression How do multiple independent variables influence a target variable? Theory, assumptions & prerequisites, interpretation, model evaluation, model comparisons - Analysis of Variance (ANOVA, one-way & factorial) Which factors influence a target variable? Theory, assumptions & prerequisites, interpretation, model evaluation - General Linear Model (GLM) Is there an overarching theoretical framework for multiple regression and ANOVA? Theory of the general linear model - Generalized Linear Model (GLM, binary & multinomial) What if the target variable is not normally distributed? Theory, assumptions & prerequisites, interpretation, model evaluation Linear Mixed Models (LMM) How do we deal with data that have a hierarchical structure? Theory, assumptions & prerequisites, interpretation, model evaluation
Internationalität <i>International applicability</i>	Die Veranstaltung findet in deutscher Sprache statt
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	<u>Hauptliteratur:</u> Field, A. (2012). Discovering Statistics using R. London: Sage.

	James, G., Witten, D., Hastie, T. & Tibshirani, R. (2015). An Introduction to Statistical Learning: with Applications in R. New York: Springer. Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate Statistics. Boston: Pearson. <u>Weiterführende Literatur:</u> Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2011). Multivariate Analysemethoden. Berlin: Springer. Pedhazur, E. J. (1997). Multiple regression in behavioral research: Explanation and prediction. Fort Worth: Harcourt Brace.
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Multivariate statistische Verfahren <i>Multivariate statistical procedures</i> 4 SWS / 6 ECTS (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/Workload 180h) Data Analytics <i>Data Analytics</i> 2 SWS / 3 ECTS (contact time 30h/ self-study 60h/Workload 90h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Methoden (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/Workload 270h) <i>Methods</i> (6 SWS) / (9 ECTS) (contact time 90h/self-study 180h/Workload 270h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen <i>A subsequent master thesis makes sense.</i> <i>Academic level qualifying for a profession.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Projektmanagement Next Level: Methoden, Tools & Future Skills			
<i>*Project Management Next Level: Methods, Tools & Future Skills</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		(B2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	LB Fr. Eulner		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	6		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Semester <i>Term</i>	1. Semester <i>1. Term</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Projektarbeit mit mündl. Präsentation		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Projekte mit klassischen, agilen und hybriden Methoden zu planen, zu steuern und umzusetzen, digitale Tools und Trends wirksam einzusetzen sowie Kommunikation, Zusammenarbeit und Reflexion in Projekten professionell zu gestalten.		
Lerninhalte <i>Content</i>	- PM Methoden & deren Anwendung - Planung, Steuerung & Umsetzung		

	- Kommunikation & Zusammenarbeit Einsatz moderner Technologien & Trends
Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Prince2. Die Erfolgsmethode einfach erklärt (ISBN-10 : 3867648654); Managing Successful Projects with PRINCE2 (ISBN-10 : 0113315503); Scrum Guide (www.scrum.org); Gall, S. & Wittenberg, J. (2024). Erfolgreich führen in hybriden Arbeitswelten (2. Auflage.). Haufe Group. https://mybook-plus.de Lanzl, J., Schnaak, F., Schöttl, F. & Gimpel, H. (2023). Der Einfluss von digitalen Technologien auf Wissensarbeit: Kompetenzen im Wandel. HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, 61(1), 141–158. https://doi.org/10.1365/s40702-023-01031-6 Weitere Literatur kann während des Moduls themenspezifisch empfohlen werden <i>Further reading may be recommended during the module depending on the topic.</i>
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Projektmanagement Next Level: Methoden, Tools & Future Skills (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Project Management Next Level: Methods, Tools & Future Skills (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60h/self-study 120h/ Workload 180h)</i>

Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Führung und Management: Selbstmanagement: Lernreise Resilienz <i>*Leadership and management: Self-management: Resilience learning journey</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Selbstmanagement: Lernreise Resilienz <i>Self-management: Resilience learning journey</i> (C1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		LB Fr. Schumacher / Hr. Schmitt	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		1. Semester <i>1. Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Studienarbeit mit mündl. Präsentation	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Achtsamkeit Die Teilnehmenden lernen, den gegenwärtigen Moment bewusst und nicht wertend wahrzunehmen und dadurch ihre Selbstwahrnehmung zu schärfen. Resilienz Sie entwickeln Strategien, um Belastungen und Krisen konstruktiv zu bewältigen und gestärkt aus Herausforderungen hervorzugehen.	

	Stressbewältigung & Selbstfürsorge Sie erkennen persönliche Stressoren, wenden konkrete Entspannungstechniken an und fördern ihr Gleichgewicht zwischen Belastung und Regeneration. Selbstreflexion & persönliche Entwicklung Sie reflektieren regelmäßig eigene Haltungen, Werte und Muster (z. B. durch Journaling) und erweitern bewusst ihre Komfortzone. Soziale Kompetenz & Netzwerkfähigkeit Sie üben achtsame Kommunikation, gestalten vertrauensvolle Beziehungen im Lernteam und aktivieren unterstützende Netzwerke im Berufs- und Privatleben. Transfer in den Alltag Sie übertragen neue Denk- und Verhaltensweisen in ihre Arbeits- und Lebenspraxis, um langfristig mehr Gelassenheit, Sinnorientierung und Leistungsfähigkeit zu sichern. Mindfulness Participants learn to perceive the present moment consciously and without judgement, thereby sharpening their self-awareness. Resilience They develop strategies for constructively coping with stress and crises and emerging stronger from challenges. Stress management & self-care They recognise personal stressors, apply specific relaxation techniques and promote a balance between stress and regeneration. Self-reflection & personal development They regularly reflect on their own attitudes, values and patterns (e.g. through journaling) and consciously expand their comfort zone. Social skills & networking ability You practise mindful communication, build trusting relationships within the learning team and activate supportive networks in your professional and private life. Transfer to everyday life You transfer new ways of thinking and behaving into your work and life practices in order to ensure greater serenity, meaning and performance in the long term.
Lerninhalte <i>Content</i>	Lernpsychologische Grundlagen und didaktische Übersetzung in das Konzept "Lernreise / Learning-Circles" Einsatzfelder, Chancen und Grenzen des Konzepts Lernreise Definition personale Resilienz von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Organisationen

	Thematische Einzelaspekte zu Resilienz: Energiehaushalt, Haltung, Krisen, Sinn, Beziehungen, Selbst- und Zeitmanagement, Anlaufstellen für Resilienz Fundamentals of learning psychology and didactic translation into the concept of 'learning journeys/learning circles' Areas of application, opportunities and limitations of the learning journey concept Definition of personal resilience among employees in organisations Individual aspects of resilience: energy balance, attitude, crises, meaning, relationships, self-management and time management, points of contact for resilience
Internationalität <i>International applicability</i>	Workbook derzeit nur in deutscher Sprache verfügbar <i>Workbook currently only available in German</i>
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Workbook (digitales Flipbook) Lernreise Achtsamkeit und Resilienz
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Selbstmanagement: Lernreise Resilienz 2 SWS / 3 ECTS (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/Workload 90h) Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen 4 SWS / 6 ECTS (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/Workload 180h) <i>Self-management: Resilience learning journey 2 SWS / 3 ECTS (contact time 30h/ self-study 60h/Workload 90h)</i> <i>Information processing for management decisions 4 SWS / 6 ECTS (contact time 60h/ self-study 120h/Workload 180h)</i>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Führung und Management (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/ Workload 270h) <i>Leadership and Management (6 SWS) / (9 ECTS) (contact time 90h/self-study 180h/ Workload 270h)</i>

Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Organisation, Change und Consulting: Transformations- & Changemanagement <i>*Organisation, Change and Consulting: Transformation & Change Management</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Transformations- & Changemanagement <i>Transformation & Change Management</i> (D1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Mücke	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1. Semester	
Semester <i>Term</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Keine <i>None</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		1 StA mit mdl. Präsentation <i>Research / Working Paper incl. Presentation</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Die Vorlesung vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse und praxisnahe Kompetenzen im Umgang mit organisationalem Wandel. Sie lernen, aktuelle Trends und Entwicklungen zu analysieren und deren Bedeutung für notwendige Unternehmenstransformationen zu bewerten. Aufbauend auf Modellen und Konzepten des Transformations- und Changemanagements sind sie in der Lage, Veränderungsprojekte systematisch zu planen, umzusetzen und zu evaluieren. Darüber hinaus erwerben die Studierenden die Kompetenz, den	

	damit verbundenen Kulturwandel im Unternehmen zu initiieren und aktiv zu begleiten. Sie entwickeln die Fähigkeit, komplexe organisationsbezogene Fragestellungen zu analysieren, praxisgerechte Veränderungskonzepte zu erarbeiten und interdisziplinär in Transformationsprojekten mitzuwirken. The course unit provides students with in-depth knowledge and practical competencies in managing organizational change. They learn to analyze current trends and developments and to assess their significance for necessary organizational transformations. Building on models and concepts of transformation and change management, students are able to systematically plan, implement, and evaluate change projects. In addition, they acquire the competence to initiate and actively support the associated cultural change within organizations. Students further develop the ability to analyze complex organizational issues, design practice-oriented change concepts, and collaborate in an interdisciplinary manner on transformation projects.
Lerninhalte <i>Content</i>	- Bedeutung und Formen des Wandels von Organisationen - Aktuelle (Mega-) Trends und technologische Entwicklungen als Treiber von Unternehmenstransformationen - Modelle des organisationalen Wandels - Grundlagen und Konzepte des Transformations- und Changemanagements - Gestaltung des Kulturwandels im Rahmen von digitalen Transformationen in Organisationen - Transformations- und Change-Projekte in der Praxis - Significance and forms of organizational change - Current (mega) trends and technological developments as drivers of organizational transformation - Models of organizational change - Fundamentals and concepts of transformation and change management - Shaping organizational culture in the context of digital transformation - Transformation and change projects in practice
Internationalität <i>International applicability</i>	Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt. In the context of the different thematic areas, international references are also regularly made.
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Kluge, A. (2021). Theorien der Veränderung von Organisationen. In: A. Kluge. Arbeits- und Organisationspsychologie. Kohlhammer. Hess, T. (2022). Managing the digital transformation: A guide to successful organizational change. Springer.

	Reinhardt, K. (2020). Digitale Transformation der Organisation. Grundlagen, Praktiken und Praxisbeispiele der digitalen Unternehmensentwicklung. Springer. <u>Ergänzend:</u> Kotter, J. P., Akhtar, V., & Gupta, G. (2022). Change: wie Unternehmen in unbeständigen Zeiten herausragende Ergebnisse erzielen. John Wiley & Sons. Schmid, B. (Ed.). (2014). Systemische Organisationsentwicklung: Change und Organisationskultur gemeinsam gestalten. Schäffer-Poeschel. Robbins, S. P., & Judge, T. (2024). Organizational culture and change. In: Robbins, S. P., & Judge, T. Organizational behavior. Pearson. Stegmaier, R. (2016). Management von Veränderungsprozessen. Praxis der Personalpsychologie. Hogrefe.
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i> Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Transformations- & Changemanagement (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Cases in Change Consulting (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) <i>Transformation and Change Management (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h)</i> <i>Cases in Change Consulting (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</i> <i>Lecture series: Business psychology consulting in practice (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</i>

Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Organisation, Change und Consulting (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/ Workload 270h) Organisation, Change and Consulting (6 SWS) / (9 ECTS) (contact time 90h/self-study 180h/ Workload 270h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every winter term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession. Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. A subsequent master thesis makes sense.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Organisation, Change und Consulting: Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis

**Organisation, Change and Consulting: Lecture series: Business psychology consulting in practice*

ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis <i>Lecture series: Business psychology consulting in practice</i> (D3 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Kotte (Moderation) + Referierende aus der Praxis		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	3		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	2		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1. Semester		
Semester <i>Term</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Teilnahme <i>Participation</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Schriftl. Prüfung 60 Min. Zusätzliche freiwillige Bonusleistung (i.S.v. §14 APO): Bearbeitung von Übungsaufgaben in Form des Erstellens eines 3-4-seitigen Reflexionspapiers, das einen wissenschaftlichen Artikel zur Beratung aus einem Journal mit Peer Review mit einem der Praxisvorträge in Bezug setzt und daraus persönliche Lessons Learnt für die Beratung ableitet. <i>Written exam 60 min.</i>		

	Additional voluntary bonus work (§14 APO): Completion of exercises in the form of a 3-4 page reflection paper that relates a scientific article on consulting from a peer-reviewed journal to one of the practical lectures and derives personal lessons learnt for consulting.
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Studierende haben einen Überblick über die wichtigsten Beratungsfelder und -settings, in denen Wirtschaftspsycholog*innen beraterisch tätig sind. Sie können zentrale Beratungsansätze und -methoden differenzieren und aus wirtschaftspsychologischer Perspektive analysieren. Sie reflektieren typische Herausforderungen in Beratungsprojekten und Anforderungen an wirtschaftspsychologische Berater*innen. Sie können potenzielle Karrierewege im Consulting-Bereich einschätzen und eigene Interessen im Kontext der Beratung einordnen. <i>Students have gained an overview of the most important consulting fields and settings in which business psychologists work as consultants.</i> <i>They are able to distinguish between key consulting approaches and methods, classify them, and analyze them from a business psychology perspective.</i> <i>They reflect on typical challenges in consulting projects and the requirements for consultants.</i> <i>They can assess potential career paths in consulting and evaluate their own interests in the context of consulting.</i>
Lerninhalte <i>Content</i>	- Überblick und Differenzierung verschiedener wirtschaftspsychologischer Beratungsfelder, -ansätze und -settings. - Vertiefte Einblicke in die Praxis ausgewählter wirtschaftspsychologischer Beratungsfelder, u.a.: • Unternehmensberatung • Coaching, Personal- & Organisationsberatung • Interne Change-/Transformations-Beratung • Fachberatung zu ausgewählten wirtschaftspsychologischen Themen (z.B. Gesundheitsmanagement/psychische Gefährdungsbeurteilung, Diagnostik) • Marktforschungsberatung • Marketingberatung - Analyse von Beratungsansätzen und -methoden aus wirtschaftspsychologischer Perspektive - Herausforderungen in der Beratung und Anforderungen an Berater*innen

	- Overview and differentiation of various consulting fields, approaches, and settings of business psychology. - In-depth insights into the practice of selected consulting fields of business psychology, including: • Management consulting • Coaching, personnel, and organizational consulting • Internal consulting (for change/transformation) • Specialist consulting on selected business psychology topics (e.g., occupational health management/psychological risk assessment, diagnostics) • Market research consulting • Marketing consulting - Analysis of consulting approaches and methods from a business psychology perspective - Challenges in consulting and required competencies of consultants.
Internationalität <i>International applicability</i>	Es werden internationale Bezüge hergestellt wenn möglich. References to international contexts are made when applicable.
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Lehrbücher: Kubr, M. (2005). <i>Management consulting: A guide to the profession</i> (4. Aufl.). International Labour Office. Kauffeld, S., Endrejat, P. C. & Richter, H. (2019). Organisationsentwicklung. In S. Kauffeld (Hrsg.), <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor</i> (3. Aufl.) (S. 73-104). Springer. Landy, F. J. & Conte, J. M. (2017). <i>Work in the 21st century: An introduction to industrial and organizational psychology</i> . Wiley. → Kap. 14.3 Organizational Development and Change (S. 539-548) Wissenschaftliche Zeitschriften: - Consulting Psychology Journal (https://www.apa.org/pubs/journals/cpb) - Journal of Organizational Change Management (https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/jocm) - Organisationsberatung Supervision Coaching (OSC) (https://link.springer.com/journal/11613) - Gruppe.Interaktion.Organisation. Zeitschrift für angewandte Organisationspsychologie (GIO) (https://link.springer.com/journal/11612/)
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht Lecture
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Transformations- & Changemanagement (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)

	Cases in Change Consulting (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Transformation and Change Management (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h) Cases in Change Consulting (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h) Lecture series: Business psychology consulting in practice (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Organisation, Change und Consulting (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/ Workload 270h) Organisation, Change and Consulting (6 SWS) / (9 ECTS) (contact time 90h/self-study 180h/ Workload 270h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit <i>*Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 1: Digitalisation and Health</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit <i>Psychology of digital transformation 1: Digitalisation and health</i> (E1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Duranova	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/6	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1. Semester	
Semester <i>Term</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Studienarbeit mit Präsentation <i>research paper with presentation</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Die Studierenden können nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls: - die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesundheit empirisch untersuchen, - evidenzbasierte Interventionsprogramme evaluieren,	

	- erste präventive Maßnahmen für Organisationen ableiten. Upon successfully completing the module, students will be able to - empirically investigate the effects of digitalisation on health, - evaluate evidence-based intervention programmes and - identify initial preventive measures for organisations
Lerninhalte <i>Content</i>	Auswirkungen der Technologienutzung Psychologie der Gesundheit: Messung, theoretische Grundlagen und empirische Evidenz Gesundheitsförderlicher Umgang mit Technologien 5.0: Prävention und Intervention in Organisationen Effects of technology use Psychology of health: Measurement, theoretical background and empirical evidence Health-promoting use of technologies 5.0: Prevention and intervention in organisations
Internationalität <i>International applicability</i>	Internationale Bezüge werden hergestellt. International references will be made.
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Die Studierenden sollen englischsprachige wissenschaftliche Zeitschriftenaufsätze verwenden. Students should use scientific journal papers written in English.
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminar Lecture
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Psychology of digital transformation 1: Digitalisation and health (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h) Psychology of digital transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors

	(2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Digitale Transformation (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) Digital Transformation (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60h/self-study 120h/ Workload 180h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. Every winter term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession. Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. A subsequent master thesis makes sense.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Digitales Marketing			
<i>*Digital Marketing</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		(F SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	LB Hr. Steigerwald		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	6		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1. Semester		
Semester <i>Term</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Projektarbeit (ca. 10-15 Seiten) mit Präsentation (15 Minuten) <i>Project work (around 10-15 pages) with presentation (15 minutes)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung des digitalen Marketings im Kontext der digitalen Transformation zu analysieren und psychologische Wirkmechanismen digitaler Marketingmaßnahmen zu verstehen. Sie können die Evolution und aktuellen Entwicklungen des digitalen Marketings wissenschaftlich einordnen und bewerten.		

	Die Studierenden sind fähig, digitale Customer Journeys anzudeichnen und dabei gezielte Touchpoint-Strategien zu entwickeln. Sie können datenbasierte Zielgruppenanalysen durchführen und psychografisch fundierte Buyer Personas erstellen, die als Grundlage für strategische Marketingentscheidungen dienen. Die Studierenden sind in der Lage, integrierte Marketing-Kampagnen zu entwickeln und zwischen verschiedenen Content-Formaten sowie deren psychologischer Wirkung zu differenzieren. Sie können SEO-Strategien unter Berücksichtigung von Suchverhalten entwickeln sowie organische Social-Media-Strategien mit Fokus auf Community-Building gestalten. Die Studierenden können Performance-Marketing Kampagnen datengetrieben planen, durchführen und optimieren. Sie sind in der Lage, Conversion-Optimierung mittels A/B-Testing und psychologischer Trigger systematisch umzusetzen. Die Studierenden sind fähig, (Corporate)-Influencer-Strategien unter Berücksichtigung von Authentizität und Brand Fit zu entwickeln sowie Marketing Automation und E-Mail-Marketing-Workflows DSGVO-konform zu gestalten. Sie können KI-Anwendungen im Marketing bewerten, ethische Implikationen reflektieren und Zukunftstrends des digitalen Marketings kritisch einordnen. Die Studierenden können ihre entwickelten digitalen Marketing-Strategien fachlich fundiert beschreiben, argumentativ vertreten und in interdisziplinären Teams weiterentwickeln. Students are able to analyze the significance of digital marketing in the context of digital transformation and understand the psychological mechanisms of digital marketing measures. They can scientifically classify and evaluate the evolution and current developments of digital marketing. Students are capable of mapping digital customer journeys and developing targeted touchpoint strategies. They can conduct data-driven target group analyses and create psychographically founded buyer personas that serve as the basis for strategic marketing decisions. Students are able to develop integrated marketing campaigns and differentiate between various content formats and their psychological effects. They can develop SEO strategies considering search behavior and design organic social media strategies with a focus on community building. Students can plan, execute, and optimize performance marketing campaigns in a data-driven manner. They are able to systematically implement conversion optimization through A/B testing and psychological triggers.
--	--

	Students are capable of developing (corporate) influencer strategies considering authenticity and brand fit, as well as designing marketing automation and email marketing workflows in compliance with GDPR. They can evaluate AI applications in marketing, reflect on ethical implications, and critically assess future trends in digital marketing. Students can professionally describe their developed digital marketing strategies, argue for them convincingly, and further develop them in interdisciplinary teams.
Lerninhalte <i>Content</i>	- Grundlagen des digitalen Marketings: Definition und Evolution, POEM-Framework, Marktlanschaft, Nutzerverhalten, Vorteile des digitalen Marketings - Zielgruppenanalyse und Buyer Persona: Segmentierungskriterien, psychografische Modelle zur Zielgruppenbeschreibung, Buyers Persona-Entwicklung - Omnichannel-Marketing und Digital Customer Journey: Customer Journey Mapping, Psychologisches Verhalten, Touchpoint-Strategien, Marketing-Funnel - Marketing-Kampagnenentwicklung: Content-Strategien, Storytelling-Psychologie, Leitidee-Entwicklung, integrierte Kommunikation, Fallstudien - Suchmaschinenoptimierung (SEO): SEO-Grundlagen, Search Intent-Analyse, OnSite/OffSite-Optimierung, KI-SEO, Local SEO, Keywords - Social Media Marketing: Plattformstrategien, Wissenschaftliche Modelle, organische Reichweiten-Multiplikatoren, Social Media Analytics - Performance Marketing und Programmatic Advertising: Google Ads, Social Media Ads, Targeting- & Bidding-Strategien, ROI-Optimierung - Conversion-Optimierung und Analytics: A/B-Testing, psychologische Trigger, Landing Page Optimierung, User-Behavior-Analyse - Influencer und Creator Marketing: Influencer-Typologie, Authentizität, Kooperationsmodelle, Creator Economy Trends. - Marketing Automation und E-Mail-Marketing: Automation-Workflows, Personalisierung, CRM-Integration, DSGVO, Fallstudien - KI im Marketing und Zukunftstrends: KI-Anwendungen, Chatbots, Predictive Analytics, Emerging Technologies

	- Fundamentals of Digital Marketing: Definition and evolution, POEM framework, market landscape, user behavior, advantages of digital marketing - Target Group Analysis and Buyer Personas: Segmentation criteria, psychographic models for target group description, buyer persona development - Omnichannel Marketing and Digital Customer Journey: Customer journey mapping, psychological behavior, touchpoint strategies, marketing funnel - Marketing Campaign Development: Content strategies, storytelling psychology, creative concept development, integrated communication, case studies - Search Engine Optimization (SEO): SEO fundamentals, search intent analysis, on-site/off-site optimization, AI-SEO, local SEO, keywords - Social Media Marketing: Platform strategies, scientific models, organic reach multipliers, social media analytics - Performance Marketing and Programmatic Advertising: Google Ads, social media ads, targeting & bidding strategies, ROI optimization - Conversion Optimization and Analytics: A/B testing, psychological triggers, landing page optimization, user behavior analysis - Influencer and Creator Marketing: Influencer typology, authenticity, cooperation models, creator economy trends - Marketing Automation and Email Marketing: Automation workflows, personalization, CRM integration, GDPR, case studies - AI in Marketing and Future Trends: AI applications, chatbots, predictive analytics, emerging technologies
Internationalität <i>International applicability</i>	Die Inhalte sind international anwendbar und werden durch globale Best Practices und plattformübergreifende Strategien vermittelt. Digitale Marketing-Konzepte und Tools sind grenzüberschreitend einsetzbar. The content is internationally applicable and is taught through global best practices and cross-platform strategies. Digital marketing concepts and tools can be implemented across all borders.
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	Skript mit Literaturangaben, teilweise Fallstudien und aktuelle Internet-Beispiele. U.a. folgende Werke: Script with literature references, case studies and current internet examples. Including the following: - Beilharz, Felix, Online Marketing Manager*in, 3. Auflage, O'Reilly 2023 - Bruhn, Manfred: Marketing, 16. Aufl., Springer Gabler 2024

	- Fuchs, Andreas: MarTech, KI und Automatisierung, 1. Auflage Springer Gabler 2025 - Hartleben, Ralph: Kommunikationskonzeption und Briefing, 3. Auflage, Publicis 2014 - Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing, 9. Aufl., Springer Gabler 2024 - Steigerwald, Julian: Corporate-Influencer-Programme, 1. Auflage, Springer Gabler 2025
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i> Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Digitales Marketing (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Digital Marketing</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60h/self-study 120h/ Workload 180h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Zweites Semester

Schwerpunkt Personal

Schwerpunkt Personal: Training, Coaching, Teamentwicklung <i>*Specialisation module Focus on Human Resources: Training, Coaching, Team Development</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Training, Coaching, Teamentwicklung <i>Training, Coaching, Team Development</i> (G1 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Kotte	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Portfolioprüfung (drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich bzw. mittels praktischer Durchführung einer auf die Veranstaltungsinhalte bezogenen Aufgabe erfolgen kann. Im Übrigen handelt es sich um schriftliche Teilleistungen, die insgesamt nicht mehr als 15 Seiten umfassen) Oder mdl. Präsentation oder	

	Projekt- oder Studienarbeit mit/ohne mdl. Präsentation
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	
Lerninhalte <i>Content</i>	
Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i> - Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i> - Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Training, Coaching, Teamentwicklung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h) Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Training, Coaching, Team Development</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h) <i>Practical project: Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h) <i>Personnel Psychological Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Schwerpunkt Personal (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h) <i>Specialisation Module Focus on Human Resources</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)

Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. Every summer term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession. Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. A subsequent master thesis makes sense.
Teilnahme werdender Müt- ter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Schwerpunkt Personal: Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik <i>*Specialisation module Focus on Human Resources: Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik <i>Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i> (G2 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Mücke	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Studienarbeit mit/ohne mdl. Präsentation Oder Schrift. Prüfung 60 – 90 Min.	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>			
Lerninhalte <i>Content</i>			

Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i> - Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i> - Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Training, Coaching, Teamentwicklung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h) Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Training, Coaching, Team Development</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h) <i>Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h) <i>Practical project: Personnel Psychological Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Schwerpunkt Personal (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h) <i>Specialisation Module Focus on Human Resources</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>

Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Schwerpunkt Personal: Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting <i>*Specialisation module Focus on Human Resources: Practical project: Personnel Psychological Consulting</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting <i>Practical project: Personnel Psychological Consulting</i> (G3 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Kotte / Prof. Dr. Mücke		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	6/15		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>		
Semester <i>Term</i>	2. Semester <i>2. Term</i>		
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Portfolioprfung (drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich bzw. mittels praktischer Durchführung einer auf die Veranstaltungsinhalte bezogenen Aufgabe erfolgen kann. Im Übrigen handelt es sich um schriftliche Teilleistungen, die insgesamt nicht mehr als 20 Seiten umfassen) Oder Projekt- oder Studienarbeit mit/ohne mdl. Präsentation Oder praktischer Leistungsnachweis mit. mündl. Präsentation		

Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	
Lerninhalte <i>Content</i>	
Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i> - Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i> - Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Training, Coaching, Teamentwicklung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h) Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Training, Coaching, Team Development</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h) <i>Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h) <i>Practical project: Personnel Psychological Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Schwerpunkt Personal (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h) <i>Specialisation Module Focus on Human Resources</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>

Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Schwerpunkt Markt

Schwerpunkt Markt: Customer Experience Management			
*Specialisation module Market: Customer Experience Management			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Customer Experience Management <i>Customer Experience Management</i> (H1 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Bertels	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Portfolioprüfung (drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Im Übrigen handelt es sich um schriftliche Teilleistungen, die insgesamt nicht mehr als 15 Seiten umfassen) Oder Projekt- oder Studienarbeit mit/ohne mdl. Präsentation Oder praktischer Leistungsnachweis mit. mündl. Präsentation oder	

	Schriftl. Prüfung (90-120 Min.)
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	
Lerninhalte <i>Content</i>	
Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i> - Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i> - Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) Ethik & Konsum (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h) Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Customer Experience Management</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h) <i>Ethics and Consumption</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h) <i>Practical project: Market Research & Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Schwerpunkt Markt (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h) <i>Specialisation Module Market</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)

Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch German
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. Every summer term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession. Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. A subsequent master thesis makes sense.
Teilnahme werdender Müt- ter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Schwerpunkt Markt: Ethik & Konsum			
<i>*Specialisation module Market: Ethics & Consumption</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Ethik & Konsum <i>Ethics and Consumption</i> (H2 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Keil	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2. Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Projekt- oder Studienarbeit mit/ohne mdl. Präsentation Oder Schriftl. Prüfung (60 Min.)	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>			
Lerninhalte <i>Content</i>			
Internationalität <i>International applicability</i>			

Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i> - Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i> - Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) Ethik & Konsum (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h) Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Customer Experience Management</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h) <i>Ethics and Consumption</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h) <i>Practical project: Market Research & Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Schwerpunkt Markt (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h) <i>Specialisation Module Market</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienvverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>

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

Schwerpunkt Markt: Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung <i>*Specialisation module Market: Practical project: Market Research & Consulting</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung <i>Practical project: Market Research & Consulting</i> (H3 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Keil	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Projekt- oder Studienarbeit mit/ohne mdl. Präsentation Oder praktischer Leistungsnachweis mit. mündl. Präsentation	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>			
Lerninhalte <i>Content</i>			
Internationalität <i>International applicability</i>			

Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i> - Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i> - Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) Ethik & Konsum (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h) Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Customer Experience Management</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h) <i>Ethics and Consumption</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h) <i>Practical project: Market Research & Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Schwerpunkt Markt (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h) <i>Specialisation Module Market</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienvorlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>

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

Methoden: Data Analytics			
<i>*Methods: Data Analytics</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Data Analytics <i>Data Analytics</i> (A2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Morawski	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine. <i>None.</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Portfolioprüfung (Zwei Projekte während des Semesters und schriftliche Prüfung am Semesterende) oder schriftliche Prüfung XXX Minuten	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>			

Lerninhalte <i>Content</i>	
Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Multivariate statistische Verfahren <i>Multivariate statistical procedures</i> 4 SWS / 6 ECTS (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/Workload 180h) Data Analytics <i>Data Analytics</i> 2 SWS / 3 ECTS (contact time 30h/ self-study 60h/Workload 90h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Methoden (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/Workload 270h) <i>Methods</i> (6 SWS) / (9 ECTS) (contact time 90h/self-study 180h/Workload 270h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen <i>A subsequent master thesis makes sense.</i> <i>Academic level qualifying for a profession.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Führung und Management: Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen <i>*Leadership and management: Information processing for management decisions</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen <i>Information processing for management decisions</i> (C2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Rötzel	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Studienarbeit mit/ohne mündl. Präsentation	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>			
Lerninhalte <i>Content</i>			

Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Selbstmanagement: Lernreise Resilienz 2 SWS / 3 ECTS (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/Workload 90h) Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen 4 SWS / 6 ECTS (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/Workload 180h) <i>Self-management: Resilience learning journey</i> 2 SWS / 3 ECTS (contact time 30h/ self-study 60h/Workload 90h) <i>Information processing for management decisions</i> 4 SWS / 6 ECTS (contact time 60h/ self-study 120h/Workload 180h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Führung und Management (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/ Workload 270h) <i>Leadership and Management</i> (6 SWS) / (9 ECTS) (contact time 90h/self-study 180h/ Workload 270h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Organisation, Change und Consulting: Cases in Change Consulting			
<i>*Organisation, Change and Consulting: Cases in Change consulting</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Cases in Change Consulting <i>Cases in Change Consulting</i> (D2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Lauer	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		2. Semester	
Semester <i>Term</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Portfolioprfung (Drei bis vier Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Im Übrigen handelt es sich um schriftliche Teilleistungen, die insgesamt nicht mehr als 20 Seiten umfassen) oder Studienarbeit mit/ohne Präsentation	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>			
Lerninhalte <i>Content</i>			

Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i> Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Transformations- & Changemanagement (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Cases in Change Consulting (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) <i>Transformation and Change Management</i> <i>(2 SWS) / (3 ECTS)</i> <i>(contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h)</i> <i>Cases in Change Consulting</i> <i>(2 SWS) / (3 ECTS)</i> <i>(contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</i> <i>Lecture series: Business psychology consulting in practice</i> <i>(2 SWS) / (3 ECTS)</i> <i>(contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</i>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Organisation, Change und Consulting (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/ Workload 270h) <i>Organisation, Change and Consulting</i> <i>(6 SWS) / (9 ECTS)</i> <i>(contact time 90h/self-study 180h/ Workload 270h)</i>
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>

Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors <i>*Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors <i>Psychology of digital transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors</i> (E2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Duranova	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/6	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1. Semester	
Semester <i>Term</i>		2. Semester 2. Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine None	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Studienarbeit mit/ohne Präsentation Oder Projektarbeit mit/ohne Präsentation Oder Schriftl. Prüfung 60-90 Min.	

Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	
Lerninhalte <i>Content</i>	
Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i> Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h) <i>Psychology of digital transformation 1: Digitalisation and health</i> <i>(2 SWS) / (3 ECTS)</i> <i>(contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h)</i> <i>Psychology of digital transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors</i> <i>(2 SWS) / (3 ECTS)</i> <i>(contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</i>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Digitale Transformation (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Digital Transformation</i> <i>(4 SWS) / (6 ECTS)</i> <i>(contact time 60h/self-study 120h/ Workload 180h)</i>
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>

Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Drittes Semester

Wahlpflichtmodul <i>*Elective Compulsory Module</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>		(W SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. N.N.		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	6		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Wahl-Pflichtmodul <i>Elective Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1. Semester		
Semester <i>Term</i>	3. Semester <i>3. Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Abhängig vom gewählten Fach		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>			
Lerninhalte <i>Content</i>			

Internationalität <i>International applicability</i>	
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i> Übung <i>Practice</i> Fallstudien <i>Case Study</i> Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Wahlpflichtmodul (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h) <i>Elective Compulsory Module</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60h/self-study 120h/ Workload 180h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i> Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

Masterprojekt: Masterseminar			
<i>*Master Project: Master Seminar/ Research Seminar</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2922	Masterseminar <i>Master Seminar/ Research Seminar</i> (MP 1 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Immobilienmanagement (M.A.) <i>Master of Real Estate Management (M.A.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Betreuende/-er Professorin/ Professor <i>Thesis advisor</i>	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		5/25	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Semester <i>Term</i>		3. Semester <i>3. Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Empfehlung: Die Module der Studiensemester 1 und 2 sollten erfolgreich abgeschlossen sein. <i>The modules of the first and second term should have been completed.</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		persönliche mündliche Präsentation zum Masterseminar <i>oral presentation</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Im Masterprojekt bearbeiten die Studierenden eine Themenstellung nach Absprache mit dem betreuenden Professor/Professorin der Hochschule selbständig. Die Studierenden stellen nach Abschluss der übrigen Studienmodule sowohl die wissenschaftliche Qualifikation als auch das Verständnis für praktische Problemstellungen unter Beweis. Sie präsentieren die	

	Idee zu ihrer Masterarbeit mündlich und stellen diese zur Diskussion vor Kommilitonen und Professoren. Sie zeigen dabei, dass Sie in der Lage sind, schwierige Zusammenhänge verständlich zu machen und ihre Ergebnisse auch bei kritischen Nachfragen sachgerecht zu verteidigen. Der Studierende ist offen für Denkanstöße seitens der Diskutanten und für während der Betreuungsphase geäußerte positive und negative Kritik. Students work independently on a topic that has been agreed with the thesis adviser. Having successfully completed the other modules, students are able to demonstrate their scientific qualifications as well as their ability to solve problems from professional practice. They present the idea for their master thesis orally and put this up for discussion with fellow students and lecturers. Students show that they can communicate complex theoretical themes in a comprehensible manner and demonstrate their skills in defending their thesis in a critical discussion. Students are open minded for new input from discussions and for positive and negative feedback from their supervisor.
Lerninhalte <i>Content</i>	Im Masterprojekt bearbeiten die Studierenden eine Themenstellung aus dem Bereich Immobilienmanagement in Absprache mit dem betreuenden Professor/Professorin der Hochschule. During the master project students are working on a topic related to Real Estate Management. The topic is selected jointly with the thesis adviser.
Internationalität <i>International applicability</i>	Je nach gewähltem Thema des Masterprojekts werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt Depending on the chosen topic of the Master's project, international references are also regularly made.
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	-
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Workshop
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Masterseminar (4 SWS) / (5 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 90h/ Workload 150h) Masterarbeit (0 SWS) / (20 ECTS) (Kontaktzeit 0h/Selbststudium 600h/ Workload 600h) Master Seminar/ Research Seminar (4 SWS) / (5 ECTS) (contact time 60 h/self-study 90 h/ Workload 150 h)

	Master Thesis/ Dissertation (0 SWS) / (20 ECTS) (contact time 0 h/self-study 600 h/ Workload 600 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Masterprojekt (4 SWS) / (25 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 690h/ Workload 750h) Master Project (4 SWS) / (25 ECTS) (contact time 60 h/self-study 690 h/ Workload 750 h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch/ Englisch German/ English
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studiensemester. Every term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)

Masterprojekt: Masterarbeit			
*Master Project: Master Thesis/ Dissertation			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2931	Masterarbeit <i>Master Thesis/ Dissertation</i> (MP 2 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Immobilienmanagement (M.A.) <i>Master of Real Estate Management (M.A.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Betreuende/-er Professorin/ Professor <i>Thesis advisor</i>	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		20/25	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		-	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Semester <i>Term</i>		3. Semester <i>3. Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Empfehlung: Die Module der Studiensemester 1 und 2 sollten erfolgreich abgeschlossen sein. <i>The modules of the first and second term should have been successfully completed.</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		(1) Das Thema der Masterarbeit wird gemeinsam von dem oder der Studierenden und dem betreuenden Professor oder der Professorin und von der Prüfungskommission genehmigt. Die Ausgabe eines Themas an mehrere Studierende zur gemeinsamen Bearbeitung ist zulässig, sofern die individuelle Leistung des einzelnen Studierenden deutlich abgrenzbar und bewertbar ist. (2) Die Frist zur Bearbeitung der Masterarbeit vier Monate. Sie kann um höchstens 2 Monate verlängert werden, sofern die Gründe dafür vom Studierenden nicht zu vertreten sind. (3) Die Masterarbeit kann sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache verfasst werden. Sie ist in zwei gebundenen Exemplaren und darüber hinaus einmal in editierbarer Form auf Datenträger (z.B. CD-ROM) im Prüfungsamt abzugeben. Weiter ist die Masterarbeit in Form einer persönlichen mündlichen Präsentation zu erläutern.	

	(4) Beginn und Ende der Bearbeitungszeit werden durch den Aufgabensteller (Prüfer) festgelegt und zusammen mit dem Thema aktenkundig gemacht. (5) Die Prüfungskommission bestätigt das Thema vor der Ausgabe an den Studierenden. (1) The topic of the master thesis is selected jointly with the thesis adviser until the beginning of the third semester and then has to be approved by the examining board. Issuing the same topic to several students for collaborative work is permissible, given that the individual contribution of each student can be clearly distinguished and evaluated. (2) The stipulated period for completion of the thesis is 4 months. Under circumstances, for which a student is not responsible, the deadline can be extended by a maximum of 2 months. (3) The master thesis has to be in German or in English. Three bound copies have to be provided to the office of the examining board. The master thesis has to be presented orally in a research seminar. (4) The start date and the end date for the preparation of the master thesis are set by the thesis adviser and documented together with the title of the master thesis. (5) The examiners board has to confirm the topic for it to be formally agreed.
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Schriftliche Masterarbeit <i>Written Master Thesis/ Dissertation</i>
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Der oder die Studierende überblickt sein oder ihr Studiengebiet, um daraus eine Problemstellung für eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu entwickeln, die mit dem betreuenden Professor abstimmt wird. Die Studierenden können Techniken des Zeitmanagement nutzen, um eine den formalen Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten entsprechende Masterarbeit fristgerecht zu erstellen. Die Studierenden arbeiten über einen längeren Zeitraum eigenständig, systematisch und zusammenhängend an einer wissenschaftlichen Problemstellung. Sie identifizieren die für ihre Themenstellung einschlägige wissenschaftliche Literatur und verarbeiten diese, um darauf aufbauend einen eigenen wissenschaftlichen Beitrag zur Problemstellung zu erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage selbständig den logischen Aufbau seiner wissenschaftlichen Arbeit zu entwickeln, zu reflektieren und in sich stimmig schriftlich zu präsentieren. Die Studierenden halten das Gebot der Selbständigkeit der wissenschaftlichen Ausarbeitung strikt ein.

	The student has gained a sufficient overview over the scope of international business in order to formulate a research question and consult and agree with his supervising professor on a thesis project. The students use methods of time management in order to compile and complete a master dissertation on time and in line with proper standards of academic work. The students can work independently, systematic and coherently on a scholarly research problem over a long period of time. They identify the most pertinent academic literature for this topic, which is then used to serve as a basis for discussion in their work in order to provide a personal contribution to the area of academic research. The students are able to develop a logical structure to answering the research question, reflect on it and present in a consistent and academic manner.
Lerninhalte <i>Content</i>	Masterprojekt - Entwicklung und Abgrenzung einer Forschungsfrage - Anwendung fachtheoretischer und fachpraktischer Kenntnisse. - Bearbeitung einer theoretischen und fachpraktischen Fragestellung mit Hilfe der im Studium erlernten Methoden aus dem Bereich International Business in Absprache mit dem betreuenden Professor/Professorin der Hochschule. - Auffinden, Auswahl und Verarbeitung von relevanter wissenschaftlicher Literatur und Datenquellen - Nachvollziehbare und wissenschaftliche Darstellung des gewählten Projekts in der Masterarbeit. Master project - Developing and defining the scope of a research question - Application of theory and practice-based knowledge. - Working on a theoretical and practice-based research question from the field of international business with the help of methods learnt during studies. - Finding, selecting, evaluating and utilizing relevant literature and data sources - Presentation of the thesis topic in a comprehensible and academic manner.
Internationalität <i>International applicability</i>	Je nach Themenwahl gegeben. <i>Depends on each Master Thesis/ Dissertation</i>
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	-
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	-

Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Masterseminar (4 SWS) / (5 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 90h/ Workload 150h) Masterarbeit (0 SWS) / (20 ECTS) (Kontaktzeit 0h/Selbststudium 600h/ Workload 600h) Master Seminar/ Research Seminar (4 SWS) / (5 ECTS) (contact time 60 h/self-study 90 h/ Workload 150 h) Master Thesis/ Dissertation (0 SWS) / (20 ECTS) (contact time 0 h/self-study 600 h/ Workload 600 h)
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i>	Masterprojekt (4 SWS) / (25 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 690h/ Workload 750h) Master Project (4 SWS) / (25 ECTS) (contact time 60 h/self-study 690 h/ Workload 750 h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch oder Englisch German or English
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studiensemester. Every term
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession.
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)