

Modulhandbuch

„Master of Science in Psychologie“

Universität Trier – FB I – Psychologie

Stand: 17-10-2022

Die dem Modulhandbuch zugrunde liegende Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Psychologie ist mit der Veröffentlichung der Änderungsordnung im Verkündungsblatt der Universität Trier vom 13. Juli 2011 in Kraft getreten.

(Änderungen gg. der Vorversion vom 01.04.2015: Aktualisierung des Nichtpsychologischen Wahlpflichtmoduls)

(Änderungen gg. der Vorversion vom 23.11.2017: Aktualisierung des Nichtpsychologischen Wahlpflichtmoduls VWL)

(Änderungen gg. der Vorversion vom 07.06.2020: Aktualisierung des Nichtpsychologischen Wahlpflichtmoduls „Genetik und Physiologie für Psychologen/innen“)

(Änderungen gg. der Vorversion vom 15.02.2021: Aktualisierung Modulbeauftragte Modul R)

(Änderungen gg. der Vorversion vom 11.10.2022: Entfernung Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul S6)

Modulhandbuch
„Master of Science in Psychologie“
Universität Trier – FB I – Psychologie

1. Übersicht der Pflicht- und Wahlpflichtmodule	4
2. Erläuterung zu dem Modulplan	7
3. Tabellarischer Überblick des M.Sc. Studienplans	8
4. Modulbeschreibungen des Fachs Psychologie	9
A Evaluation und Angewandte Diagnostik	9
B Multivariate Verfahren	10
C Kompetenzentwicklung im Lebenslauf – Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul	11
D Kompetenzentwicklung im Lebenslauf – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1	12
E Kompetenzentwicklung im Lebenslauf – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2	13
F Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung – Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul	14
G Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1	15
H Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2	16
I Kognition, Emotion, Handeln– Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul	17
J Kognition, Emotion, Handeln – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1	18
K Kognition, Emotion, Handeln – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2	19
L Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin – Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul	20
M Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1	21
N Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2	22
O Arbeits-, Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie – Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul	23
P Arbeits-, Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1	25
Q Arbeits-, Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2	27
R Berufsbezogenes Praktikum	29
Masterarbeit	30
5. Modulbeschreibungen der Nichtpsychologischen Wahlpflichtfächer	31
S1 Wahlpflichtmodul Sozialpädagogik: Theorie und Empirie sozialpädagogischer Professionskulturen	31

S2	Wahlpflichtmodul Genetik und Physiologie für Psychologen/innen	33
S3	Wahlpflichtmodul Soziologie: Soziologische Theorie und Gesellschaftsanalyse	34
S3	Wahlpflichtmodul Soziologie: Fortgeschrittene Datenerhebungs- und Datenanalyseverfahren	35
S4	Wahlpflichtmodul Volkswirtschaftslehre	37
S5	Wahlpflichtmodul Katholische Theologie	38
S7	Wahlpflichtmodul „Betriebswirtschaftslehre“ Angaben hierzu siehe im Folgenden „Exportmodule des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre“	45

1. Übersicht der Pflicht- und Wahlpflichtmodule

Notation: V=Vorlesung, Ü=Übung, S=Seminar, P=Projektseminar, in Klammern: LP/SWS
Alle ohne den Zusatz „Wahlpflichtmodul“ aufgeführten Module sind Pflichtmodule

Pflichtmodule

Methoden, Evaluation und Angewandte Diagnostik (20 LP / 8 SWS)

A. Evaluation und Angewandte Diagnostik (10 LP / 4 SWS)

A1: Vorlesung: Evaluation und Angewandte Diagnostik (V 4/2)

A2: Projektseminar: Evaluation und Angewandte Diagnostik (P 6/2)

B. Multivariate Verfahren (10 LP / 4 SWS)

B1: Vorlesung: Multivariate Verfahren (V 4/2)

B2: Seminar: Multivariate Verfahren (P 6/2)

Wahlpflichtmodule

Tracks (50 LP / 20 SWS)

Das Fach Psychologie bietet fünf inhaltliche Studienschwerpunkte, sog. Tracks an. Aus **drei** Tracks müssen **Forschungsorientierte Wahlpflichtmodule** gewählt werden. Darüber hinaus müssen **zwei Projektorientierte Module** abgeschlossen werden. Die beiden Projektorientierten Module können im Prinzip aus den fünf Tracks frei gewählt werden. Im Sinne einer Schwerpunktsetzung wird jedoch dringend empfohlen, zwei Tracks durch die Wahl jeweils eines Projektorientierten Moduls zu vertiefen. Bei hinreichender Lehrkapazität ist es möglich, in einem Track auch zwei Projektorientierte Module zu belegen (Projektorientiertes Wahlpflichtmodul1 und 2). Wird nur ein Projektorientiertes Modul aus einem Track gewählt, kann das Projektorientierte Wahlpflichtmodul1 oder 2 gewählt werden.

Track „Kompetenzentwicklung im Lebenslauf“

C. Kompetenzentwicklung im Lebenslauf – Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul (10 LP)

C1: Seminar: Ausgewählte Probleme (S 4/2)

C2: Seminar: Forschungsorientierte Vertiefung (S 6/2)

D. Kompetenzentwicklung im Lebenslauf – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1 (10 LP)

D1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

D2: Projektseminar (S 6/2)

E. Kompetenzentwicklung im Lebenslauf – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2 (10 LP)

E1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

E2: Projektseminar (S 6/2)

Track „Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung“

F. Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung - Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul (10 LP)

F1: Seminar: Ausgewählte Probleme (S 4/2)

F2: Seminar: Forschungsorientierte Vertiefung (S 6/2)

G. Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1 (10 LP)

G1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

G2: Projektseminar (S 6/2)

H. Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2 (10 LP)

H1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

H2: Projektseminar (S 6/2)

Track „Kognition, Emotion, Handeln“

I. Kognition, Emotion, Handeln - Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul (10 LP)

I1: Seminar: Ausgewählte Probleme (S 4/2)

I2: Seminar: Forschungsorientierte Vertiefung (S 6/2)

J. Kognition, Emotion, Handeln - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1 (10 LP)

J1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

J2: Projektseminar (S 6/2)

K. Kognition, Emotion, Handeln - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2 (10 LP)

K1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

K2: Projektseminar (S 6/2)

Track „Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin“

L. Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin - Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul (10 LP)

L1: Seminar: Ausgewählte Probleme (S 4/2)

L2: Seminar: Forschungsorientierte Vertiefung (S 6/2)

M. Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1 (10 LP)

M1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

M2: Projektseminar (S 6/2)

N. Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2 (10 LP)

N1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

N2: Projektseminar (S 6/2)

Track „Arbeits-, Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie“

O. Arbeits-, Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie - Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul (10 LP)

O1: Seminar: Ausgewählte Probleme (S 4/2)

O2: Seminar: Forschungsorientierte Vertiefung (S 6/2)

P. Arbeits-, Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1 (10 LP)

P1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

P2: Projektseminar (S 6/2)

Q. Arbeits-, Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie - Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2 - (10 LP)

Q1: Seminar: Vertiefung und Anwendung (S 4/2)

Q2: Projektseminar (S 6/2)

R. Berufsbezogenes Praktikum (10 LP)

S. Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul (10 LP / 6 SWS)

S1: Wahlpflichtmodul Sozialpädagogik: Theorie und Empirie sozialpädagogischer Professionskulturen

S2: Wahlpflichtmodul Genetik und Physiologie für Psychologen/innen

S3: Wahlpflichtmodul Soziologie: „Soziologische Theorie und Gesellschaftsanalyse“

S3: Wahlpflichtmodul Soziologie: „Fortgeschrittene Datenerhebungs- und Datenanalyseverfahren“

S4: Wahlpflichtmodul Volkswirtschaftslehre

S5: Wahlpflichtmodul Katholische Theologie

S7: Wahlpflichtmodul Betriebswirtschaftslehre

Weitere LP-wirksame Leistungen:

23-wöchige Master-Arbeit (30 LP / 2 SWS)

2. Erläuterungen zu dem Modulplan

Pflichtmodule

Zu den Pflichtmodulen, die alle Studierenden des Masterstudiengangs absolvieren müssen gehören die Module

- A „Evaluation und Angewandte Diagnostik“
- B. „Multivariate Verfahren“
- R „Berufsbezogenes Praktikum“

Masterarbeit einschließlich Kolloquium

Wahlpflichtmodule

Studierende müssen in den Wahlpflichtmodulen insgesamt 50 Leistungspunkte erwerben.

Jede Lehrveranstaltung kann nur einmal in ein Modul eingebracht werden.

Die Forschungsorientierten Wahlpflichtmodule und die Projektorientierten Wahlpflichtmodule werden mit einer benoteten Projektarbeit oder einer mündlichen Prüfung oder einer Klausur abgeschlossen; die Form der Modulprüfung wird den Studierenden zu Beginn des Moduls mitgeteilt.

Das Projektseminar im Modul A „Evaluation und Angewandte Diagnostik“ sollte nach Möglichkeit entsprechend zu einem der Studienschwerpunkte gewählt werden.

Der Zugang zu einzelnen psychologischen Wahlpflichtmodulen kann durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt sein. Garantiert ist jedoch, dass jeder Studentin / jedem Studenten Studienschwerpunkte für ein ordnungsgemäßes M.Sc. Studium angeboten werden können. Gibt es mehr Anmeldungen zu einem psychologischen Wahlpflichtmodul als Plätze vorhanden sind, entscheidet das Los.

Zu den Wahlpflichtmodulen gehört auch das Nichtpsychologische Wahlpflichtfach. Hier ist ein Fach auszuwählen.

In den Modulbeschreibungen sind die Modulbeauftragten und hauptamtlich Lehrenden in alphabetischer Reihenfolge genannt.

3. Tabellarischer Überblick des M.Sc. Studienplans

Sem							LP	SWS
1	A1 Evaluation und Angewandte Diagnostik (V-2)	A2 Evaluation und Angewandte Diagnostik (P-2)	C1/F1/I1/L1/O1 Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul I:* Ausgewählte Probleme (S-2)	C2/F2/I2/L2/O2 Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul I:* Forschungsorientierte Vertiefung (S-2)	D1/G1/J1/M1/P1 Projektorientiertes Wahlpflichtmodul I:** Vertiefung und Anwendung (S-2)	D2/G2/J2/M2/P2 Projektorientiertes Wahlpflichtmodul I:** Projektseminar (P-2)	30	12
	4/2	6/2	4/2	6/2	4/2	6/2		
2	B1 Multivariate Verfahren (V-2)	B2 Multivariate Verfahren (S-2)	C1/F1/I1/L1/O1 Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul II:* Ausgewählte Probleme (S-2)	C2/F2/I2/L2/O2 Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul II: * Forschungsorientierte Vertiefung (S-2)	E1/H1/K1/N1/Q1 Projektorientiertes Wahlpflichtmodul II:** Vertiefung und Anwendung (S-2)	E2/H2/K2/N2/Q2 Projektorientiertes Wahlpflichtmodul II:** Projektseminar (P-2)	30	12
	4/2	6/2	4/2	6/2	4/2	6/2		
3			C1/F1/I1/L1/O1 Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul III: * Ausgewählte Probleme (S-2)	C2/F2/I2/L2/O2 Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul III: Forschungsorientierte Vertiefung (S-2)	R Berufsbezogenes Praktikum ***	S1 – S7 Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul ****	30	10
			4/2/	6/2/	10/0	10/6		
4	Masterarbeit (30 LP inkl. Kolloquium)					Kolloquium		
						0/2/	30	2
	Notation: V=Vorlesung; S=Seminar; P=Projektseminar; LP=Leistungspunkte; SWS=Semesterwochenstunden * Im Verlauf des Studiums müssen drei Forschungsorientierte Wahlpflichtmodule aus unterschiedlichen Tracks gewählt werden. Die Zulassung ist begrenzt durch die jeweilige Lehrkapazität. ** Im Verlauf des Studiums müssen zwei Projektorientierte Wahlpflichtmodule gewählt werden; beide können ggf. auch in einem Track angesiedelt sein. *** Das sechswöchige Praktikum wird in der Regel in der vorlesungsfreien Zeit absolviert und kann nach dem ersten Semester angetreten werden. Es empfiehlt sich, das Praktikum vor Anmeldung der Masterarbeit zu absolvieren. **** Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul S (Lehre 6 SWS) ist nicht in der Berechnung der Lehrkapazität berücksichtigt.						120	36

4. Modulbeschreibungen des Fachs Psychologie

A (A1/A2) Modul „Evaluation und Angewandte Diagnostik“				
Kenn-Nr: MA1PSY0 01	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen A1: Vorlesung „Evaluation und Angewandte Diagnostik“ A2: Projektseminar „Evaluation und Angewandte Diagnostik“	Kontaktzeit 2 SWS/30h 2 SWS/30h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Vorlesung, Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, praktische Übungen, Kleingruppenarbeit			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden erlangen praxisbezogene und studienswerpunktsspezifische Kompetenzen für die selbständige Konzeption, Umsetzung und Bewertung psychologischer Diagnostik sowie quantitativer und qualitativer Evaluationsmethoden sowie vertiefte Kenntnisse zu entsprechenden theoretischen und methodischen Konzepten. Sie erlernen die kritische Bewertung und sachgerechte Anwendung diagnostischer Verfahren und können für ausgewählte Fragestellungen diagnostische Verfahren und Evaluationsstudien selbstständig entwickeln. Die Studierenden sind in der Lage, diagnostische Befunde in Form wissenschaftlicher Gutachten und Berichte darzulegen. Im Rahmen des Seminars werden folgende Schlüsselkompetenzen erworben bzw. ausgebaut: Präsentationstechniken; Teamarbeit; allgemein verständliche Kommunikation diagnostischer Befunde; kritische Analyse einschlägiger Theorien und Befunde und deren Anwendung.			
5	Inhalte: Studienschwerpunktspezifische Anforderungen an diagnostische Verfahren, Umsetzen diagnostischer Verfahren; Methoden und Ansätze formativer und summativer Evaluation; Evaluationsdesigns, quasi-experimentelle Untersuchungsdesigns; Validitätsformen und Validitätsgefährdungen; Verfahren der Längsschnittanalyse und Veränderungsmessung.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Pflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: 90 Min. Klausur am Ende des Moduls			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: bestandene Modulprüfungsklausur; erfolgreiche Teilnahme an dem Projektseminar			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: jährlicher Turnus (Annuitätsprinzip)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. R. Neumann; Prof. Dr. F. Preckel			
13	Sonstige Informationen: keine			

B (B1/B2) Modul „Multivariate Verfahren“				
Kenn-Nr: MA1PSY0 02	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 2	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen B1: Vorlesung „Multivariate Verfahren“ B2: Seminar „Multivariate Verfahren“	Kontaktzeit 2 SWS/30h 2 SWS/30h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Vorlesung, Seminar, Referate, Lehrgespräch, praktische Übungen, Kleingruppenarbeit			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Kompetente und kritische Anwendung multivariater statistischer Auswertungsverfahren, vertiefender Umgang mit statistischer Software (SPSS), Kompetenz in der Planung, Durchführung, Auswertung und Darstellung multivariater Untersuchungen in Teamarbeit Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher methodischer Texte (auch englischsprachiger Fachliteratur); kritische Analyse einschlägiger Methoden; Fähigkeit zu selbständiger Auswertung empirischer Untersuchungen; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Strukturgleichungsanalysen, Mehrebenenanalysen Seminar: Schulung der Basiskompetenz „Präsentation wissenschaftlicher Untersuchungen“; Benutzung geeigneter Software (z. B. PowerPoint)			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Pflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: 90 Min. Klausur am Ende des Moduls			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: bestandene Modulprüfungsklausur; erfolgreiche Teilnahme an dem Seminar			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: jährlicher Turnus (Annuitätsprinzip)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. M. Schneider			
13	Sonstige Informationen:			

C (C1/C2) „Kompetenzentwicklung im Lebenslauf“ – Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul				
Kenn-Nr: MA1PSY005	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen C1: Seminar „Ausgewählte Probleme“ C2: Seminar „Forschungsorientierte Vertiefung“	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Seminar, Referate, Lehrgespräch, praktische Übungen, Kleingruppenarbeit			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Diese Schwerpunktsetzung verbindet Themenbereiche positiver Entwicklung und adaptiven Lebensmanagements bei Betrachtung der gesamten Lebensspanne. Praktische Anwendungen, Forschungsprogramme, aktuelle theoretische Ansätze und Methoden auf diesen Gebieten werden vertiefend behandelt. Berufliche Anschlussperspektiven umfassen die folgenden Bereiche: - Psychologische Beratung (Entwicklungs- und Familienberatung, begabungspsychologische Beratung), - Analyse und Optimierung von Entwicklungs- und Sozialisationsprozessen im schulischen, beruflichen und privaten Umfeld, - Prävention und Intervention bei Entwicklungsproblemen in unterschiedlichen institutionellen Kontexten und Altersbereichen. Im Rahmen der Seminare werden folgende Schlüsselkompetenzen erworben: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher Texte (auch englischsprachiger Fachliteratur); Präsentationstechniken; Teamarbeit; kritische Analyse einschlägiger Theorien und Befunde; Fähigkeit zu selbständiger Formulierung, Ausarbeitung und Auswertung empirischer Untersuchungen.			
5	Inhalte: Paradigmen und Theorien der Lebensspannen-Entwicklungspsychologie; Kognitive und emotionale Entwicklung; Entwicklung des Selbstkonzeptes; Lebenslanges Lernen; Entwicklungskontexte (Schule, Familie, Partnerschaft, Arbeitswelt); Konzepte und Ressourcen positiver Entwicklung; (begabungspsychologische) Entwicklungsberatung; Lebensplanung; Bewältigung kritischer Lebensereignisse; Alternsbilder und Alternsstereotype; Prävention von Verhaltens- und Entwicklungsproblemen; Diagnostik und Förderung von Hochbegabung; Wohlbefinden und subjektive Lebensqualität über die Lebensspanne.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren; bestandene Modulprüfung			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: jedes Semester			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Jan Hofer (Trackbeauftragter), Dr. Holger Busch, Dr. Dirk Kranz, Prof. Dr. Franzis Preckel; Prof. Dr. M. Schneider			
13	Sonstige Informationen:.			

D (D1/D2) „Kompetenzentwicklung im Lebenslauf“ – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1“				
Kenn-Nr: MA1P SY006	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 bis 3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen D1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ D2: Projektseminar	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen in dem gewählten Schwerpunkt grundlegendes Wissen und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „Kompetenzentwicklung im Lebenslauf“, z.B.: Kriterien und Konzepte positiver Entwicklung; adaptive Kompetenzen, Bewältigungsressourcen und Resilienz; Selbst und Identität im Lebenslauf; Lebensplanung und Selbstentwicklung; Familie und Partnerschaft als Entwicklungskontexte.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Jan Hofer (Trackbeauftragter), Dr. Holger Busch, Dr. Dirk Kranz, Prof. Dr. Franzis Preckel; Prof. Dr. M. Schneider			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

E (E1/E2) „Kompetenzentwicklung im Lebenslauf“ – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2“				
Kenn-Nr: MA1P SY007	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 bis 3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen E1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ E2: Projektseminar	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen in dem gewählten Schwerpunkt grundlegendes Wissen und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „Kompetenzentwicklung im Lebenslauf“, z.B.: Ansätze entwicklungsbezogener Beratung und Prävention; Konzepte und Methoden der Begabungsforschung; Diagnostik und Intervention bei Lern- und Schulschwierigkeiten; Entwicklung in institutionellen Kontexten.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Jan Hofer (Trackbeauftragter), Dr. Holger Busch, Dr. Dirk Kranz, Prof. Dr. Franzis Preckel; Prof. Dr. M. Schneider			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

F (F1/F2) „Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung“ Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul				
Kenn-Nr: MA1PSY008	Workload 300h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 bis 3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen F1: Seminar „Ausgewählte Probleme“ F2: Seminar „Forschungsorientierte Vertiefung“	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Seminar, Referate, Lehrgespräch, praktische Übungen, Kleingruppenarbeit			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Vermittlung eines Überblicks über Themen und Probleme der Klinischen Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung; Vermittlung von Kenntnissen über ausgewählte Störungsbilder, Interventions- und Forschungsmethoden; klinisch-psychologische Interventions- und Forschungskompetenzen. Im Rahmen der Seminare werden folgende Schlüsselkompetenzen vermittelt: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher Texte (auch englischsprachiger Fachliteratur); eigenständige Sichtung und Dokumentation relevanter (Forschungs-) Literatur; kritische Analyse und Anwendung einschlägiger Theorien, Methoden und Befunde sowie Fähigkeit zur Integration von Forschungsergebnissen; Ableitung von Forschungsfragestellungen; Fähigkeit zu selbständiger Formulierung, Ausarbeitung und Auswertung empirischer Untersuchungen; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Grundlagen der Klinischen Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung (Geschichte, Konzepte, Krankheits- und Gesundheitsmodelle), Klassifikationssysteme, Störungsbilder bei Erwachsenen, Jugendlichen und Kindern, Prävention und Rehabilitation, Designs und Probleme der Psychotherapieforschung Wahlpflichtseminar "Ausgewählte Probleme": Vertiefung ausgewählter Probleme der Klinischen Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung. "Forschungsorientierte Vertiefung": Methodologie, Methoden, Designs und Probleme der Psychotherapieforschung sowie Planung, Durchführung und Auswertung empirischer Untersuchungen			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren; bestandene Modulprüfung			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: jedes Semester			
12	Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Wolfgang Lutz (Trackbeauftragter), Prof. Dr. Tanja Hechler			
13	Sonstige Informationen:			

G (G1/G2) „Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung“ – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1“				
Kenn-Nr: MA1P SY009	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 bis 3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen G1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ G2: Projektseminar	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnahe oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung“ z.B. Störungsorientierte Klinische Diagnostik und Intervention, Stationäre Behandlung			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Wolfgang Lutz (Trackbeauftragter), Prof. Dr. Tanja Hechler			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

H (H1/H2) „Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung“ – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2“				
Kenn-Nr: MA1P SY010	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 bis 3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen H1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“	Kontaktzeit 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h	LP 4
	H2: Projektseminar	2 SWS/30 h	150 h	6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnahe oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „ Klinische Psychologie, Gesundheitspsychologie und Psychotherapieforschung “ z.B. Wirkfaktorenorientierte Klinische Diagnostik und Intervention, Beratung und Prävention			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Wolfgang Lutz (Trackbeauftragter), Prof. Dr. Tanja Hechler			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

I (I1/I2) „Kognition, Emotion, Handeln“ - Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul				
Kenn-Nr: MA1PSY0 11	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 bis 3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen I1: Seminar „Ausgewählte Probleme“ I2: Seminar „Forschungsorientierte Vertiefung“	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Seminar, Referate, Lehrgespräch, praktische Übungen, Kleingruppenarbeit			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden erhalten einen Überblick über zentrale Themen im Schwerpunktbereich „Kognition, Emotion, Handeln“ und erwerben vertiefte Kenntnisse zu zentralen theoretischen und methodischen Ansätzen. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher Texte (auch englischsprachiger Fachliteratur); eigenständige Sichtung und Dokumentation relevanter (Forschungs-) Literatur; kritische Analyse einschlägiger Theorien, Methoden und Befunde sowie Fähigkeit zur Integration von Forschungsergebnissen; Ableitung von Forschungsfragestellungen; Fähigkeit zu selbständiger Formulierung, Ausarbeitung und Auswertung empirischer Untersuchungen; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Soziale und kulturelle Bedingungen kognitiver und affektiver Prozesse (Gedächtnis, Wahrnehmung, Denken, Motivation, Emotion); Mechanismen der Handlungsregulation (Zielverfolgung, Zielablösung); Handlungsphasen und kognitive Funktionslagen; Zeitdiskontierungsprozesse; Auswirkung von Distanz (z. B. soziale, räumliche, zeitliche) auf die Konstruktion von Ereignissen; (automatisches) Urteilen und Entscheiden; Urteilsverzerrungen (z. B. Rahmungseffekte, <i>projection bias</i>); Emotion und Kognition (Kongruenzeffekte, <i>mood repair</i>); Expertise; Hochbegabung; Anspruchsregulationen und Zufriedenheitsparadoxien; Prozesse der Selbstregulation; Theorien sozialer Repräsentation; Selbst und Identität; Wohlbefinden.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren; bestandene Modulprüfung			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: voraussichtlich jedes Semester			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Roland Neumann (Trackbeauftragter); Prof. Dr. Nicola Baumann; Jun-Professur Dr. Martina Kaufmann			
13	Sonstige Informationen:			

J (J1/J2) „Kognition, Emotion, Handeln“ – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1“				
Kenn-Nr: MA1P SY012	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1-3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen J1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ J2: Projektseminar	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt „Kognition, Emotion, Handeln“ und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „Kognition, Emotion, Handeln“			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Roland Neumann (Trackbeauftragter); Prof. Dr. Nicola Baumann; Jun-Professur Dr. Martina Kaufmann			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

K (K1/K2, „Kognition, Emotion, Handeln“ – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2“				
Kenn-Nr: MA1P SY013	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1-3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen K1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ K2: Projektseminar	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt „Kognition, Emotion, Handeln“ und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „Kognition, Emotion, Handeln“			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Roland Neumann (Trackbeauftragter); Prof. Dr. Nicola Baumann; Jun-Professur Dr. Martina Kaufmann			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

L (L1/L2) „Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin“ – Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul				
Kenn-Nr: MA1PSY0 14	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 bis 3	Dauer 1
1	Lehrveranstaltungen L1: Seminar „Ausgewählte Probleme“	Kontaktzeit 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h	LP 4
	L2: Seminar „Forschungsorientierte Vertiefung“	2 SWS/30 h	150 h	6
2	Lehrformen: Seminar, Referate, Lehrgespräch, praktische Übungen, Kleingruppenarbeit			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen über zentrale Theorien, Forschungsfragen und Forschungsbefunde der Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher Texte (auch englischsprachiger Fachliteratur); eigenständige Sichtung und Dokumentation relevanter (Forschungs-) Literatur; kritische Analyse einschlägiger Theorien, Methoden und Befunde sowie Fähigkeit zur Integration von Forschungsergebnissen; Ableitung von Forschungsfragestellungen; Fähigkeit zu selbständiger Formulierung, Ausarbeitung und Auswertung empirischer Untersuchungen; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Neurobiologische Grundlagen des Verhaltens und Erlebens. Aktuelle Forschungsfelder und Forschungsansätze der Psychoendokrinologie, Psychoneuroimmunologie, Psychophysiologie, Neuropsychologie und Verhaltensgenetik. Biologische Grundlagen psychosomatischer und psychiatrischer Erkrankungen. Theoretische und praktische Einführung in ausgewählte Labormethoden.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren; bestandene Modulprüfung			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: jedes Semester			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Gregor Domes (Trackbeauftragter); Prof. Dr. Reinhold Läßle			
13	Sonstige Informationen:			

M (M1/M2) „ Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin “– Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1				
Kenn- Nr: MA1P SY015	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1-3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen M1:Seminar „Vertiefung und Anwendung“ M2: Projektseminar	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt „Psychobiologie, Neuropsychologie Verhaltensmedizin“ und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin“, z.B. psychobiologische Labor- und Messmethoden			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Gregor Domes (Trackbeauftragter); Prof. Dr. Reinhold Läßle			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

N (N1/N2) „ Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin “– Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2				
Kenn- Nr: MA1P SY016	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1-3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen N1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ N2: Projektseminar	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt „Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin“ und wenden dieses auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen oder zur Lösung anwendungsbezogener Problemstellungen an. Schlüsselkompetenzen: Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit.			
5	Inhalte: Eingehende Vertiefung ausgewählter Themen und Forschungsfragen aus dem Track „Psychobiologie, Neuropsychologie, Verhaltensmedizin“, z.B. translationale Verhaltensmedizin			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen: Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren und bestandene Projektarbeit im Projektseminar oder mündliche Prüfung oder Klausur			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: mindestens jedes Jahr (abhängig von der jeweiligen Lehrkapazität)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Gregor Domes (Trackbeauftragter); Prof. Dr. Reinhold Läßle			
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.			

O (O1/O2) „Arbeits- Organisations- und angewandte Sozialpsychologie“ (AOS) - Forschungsorientiertes Wahlpflichtmodul				
Kenn-Nr: MA1PSY0 17	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 - 3	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen O1: Seminar „Ausgewählte Probleme“ O2: Seminar „Forschungsorientierte Vertiefung“	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Seminar, Referate, Lehrgespräch, praktische Übungen, Kleingruppenarbeit			
3	Gruppengröße:			
4	Erfolgreiches Entscheiden und Handeln in Unternehmen, Organisationen und Gesellschaft bedarf wissenschaftlich fundierter psychologischer Theorien und Methoden, die auch in der Praxis angewendet werden können. Hier liegt der Kern des Schwerpunktes (Track) „Arbeits-, Organisations- und angewandte Sozialpsychologie“ (AOS), in dem wissenschaftliche Themen und Anwendungen der Arbeits- und Organisationspsychologie, der Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie und der angewandten Sozialpsychologie in einem umfassenden Studienschwerpunkt verbunden werden. <i>Qualifikationsziele der FoV:</i> Die Studierenden erhalten einen Überblick über zentrale Forschungsthemen im Schwerpunktbereich „AOS“, welche sich auf Entscheiden und Handeln in Organisationen und Märkten beziehen. Dabei erwerben die Studierenden vertiefte Kenntnisse zu ausgewählten theoretischen und methodischen Ansätzen und deren praktischer Anwendung. <i>Schlüsselkompetenzen:</i> Lesen und Verstehen wissenschaftlicher Texte (von englischsprachiger Fachliteratur); eigenständige Erarbeitung relevanter (Forschungs-) Literatur; kritische Analyse einschlägiger Theorien, Methoden und Befunde. Ableitung von Forschungsfragestellungen; Fähigkeit zu selbständiger Formulierung, Ausarbeitung und Auswertung empirischer Untersuchungen; Präsentationstechniken; Teamarbeit, Kompetenzen im Transfer theoretisch-methodischen Wissens in den Anwendungskontext.			
5	<i>Inhalte:</i> Die Inhalte des Studienschwerpunktes „AOS“ lassen sich arbeits-, organisations- und marktpsychologischen Themen auf der Ebene des Individuums, des Teams oder der Organisation sowie des Marktes und der Gesellschaft zuordnen. Die Inhalte sind eng verknüpft mit aktuellen anwendungsorientierten Fragestellungen der Praxis als auch mit Forschungsaktivitäten der beteiligten Abteilungen. (1) Fokus Individuum: Stress und Ressourcen in der Arbeit (z.B. Rollenkonflikte, Wertschätzung, Handlungsspielraum, Burnout, Arbeitsengagement), Emotionen und Arbeit (z.B. Einfluss von Emotionen auf Denk-, Urteils- und Entscheidungsprozesse; Intuition; Ursachen von Emotionen im Kontext von Leistung, Macht und sozialen Beziehungen; Empathie; Emotionsarbeit) (2) Fokus Team und Organisationen: Führung in Organisationen, Arbeit in Teams und Gruppen (z.B. Diversität, Gruppenprozesse, Verhandlungen, Gruppenentscheidungen), Bedeutung von non-profit Unternehmen und nicht-Regierungsorganisationen (NGOs) (3) Fokus Wirtschaft und Gesellschaft: Markt und Konsum: Werbe- und Konsumentenpsychologie (z.B. Einstellungen und Konsumverhalten; Entstehung und Veränderung von Produkt-Präferenzen; Einsatz von Emotionen in der Werbung) Fragestellungen der Personal- und Organisationsentwicklung werden im Fokus 1 und 2 begleitend zu den einzelnen Themen betrachtet. Dabei werden die jeweils relevanten Implikationen für die Gestaltung und Veränderungen von Organisationen, sowie ableitbare Interventionen für die Entwicklung von Mitarbeitern reflektiert.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.) Der Schwerpunkt Arbeits- Organisations- und Angewandte Sozialpsychologie eröffnet ein breites Berufs- und Tätigkeitsfeld im Bereich der Arbeits- Organisations- und Personalpsychologie (z.B. Human-Ressource-Management), der Markt- und Werbepsychologie (z.B. Marketing) aber auch in der wissenschaftlichen Arbeit in der Forschung und Entwicklung.			

7	Teilnahmevoraussetzungen: siehe aktuelle Fachprüfungsordnung Master Psychologie §2 (Zulassungsvoraussetzungen)
8	Prüfungsformen: Klausur oder mündliche Prüfung. Neben dem vertiefenden Wissen des jeweiligen Themas der Forschungsorientierten Vertiefung, ist auch Überblickswissen der oben definierten Inhaltsbereiche wesentlich, welches als Basisliteratur in allen FoV-Modulendes Tracks prüfungsrelevant ist. In der Prüfung werden dabei ca. 20% Überblickswissen und 80% Vertiefungswissen geprüft.
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: erfolgreiche Teilnahme an dem Seminar „Ausgewählte Probleme“ des jeweiligen Moduls sowie die bestandene Modulprüfung am Ende des Moduls.
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120
11	Häufigkeit des Angebots: Jedes Semester wird mindestens ein forschungsorientiertes Modul zu einem der Themenbereiche aus Punkt 5 angeboten.
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. C. Antoni (Abteilung Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie); Prof. Dr. Thomas Ellwart (Trackbeauftragter, Abteilung Wirtschaftspsychologie); Prof. Dr. Eva Walther (Abteilung Sozialpsychologie), JProf. Dr. Martina Kaufmann (Soziale Kognition und angewandte Sozialpsychologie)
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.

P (P1/P2) „Arbeits-, Organisations- und angewandte Sozialpsychologie“ (AOS) – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 1“				
Kenn-Nr: MA1P SY018	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 2	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen P1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ P2: Projektseminar 1	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Erfolgreiches Entscheiden und Handeln in Unternehmen, Organisationen und Gesellschaft bedarf wissenschaftlich fundierter psychologischer Theorien und Methoden, die auch in der Praxis angewendet werden können. Hier liegt der Kern des Schwerpunktes (Track) „Arbeits-, Organisations- und angewandte Sozialpsychologie“ (AOS), in dem wissenschaftliche Themen und Anwendungen der Arbeits- und Organisationspsychologie, der Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie und der angewandten Sozialpsychologie in einem umfassenden Studienschwerpunkt verbunden werden. <i>Qualifikationsziele der Projektmodule:</i> Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt „AOS“ und wenden dieses in Bezug auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen an, erarbeiten Lösungen zu anwendungsbezogenen Problemstellungen oder Bearbeiten konkrete Fragestellungen in studentischen Kleinprojekten. Zentral ist die projektorientierte Bearbeitung einzelner Fragestellungen. <i>Schlüsselkompetenzen:</i> Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit; Transfer wissenschaftlicher Inhalte in die Unternehmenspraxis, Kommunikation und Kooperation mit Unternehmen, zielgruppenorientierte Projektarbeit.			
5	<i>Inhalte:</i> Wie im Modul „Forschungsorientierte Vertiefung“ lassen sich die Studienschwerpunkte arbeits-, organisations- und marktpsychologischen Themen auf der Ebene des Individuums, des Teams oder der Organisation sowie des Marktes und der Gesellschaft zuordnen. Dabei können aus vier Projektmodulen bis zu zwei Module gewählt werden (Projektmodul 1 und 2). <i>Die prüfungsrelevante Zuordnung als Projektmodul 1 oder Projektmodul 2 kann der jeweils aktuellen Lehrplanung entnommen werden.</i> Die Inhalte der Projektmodule beziehen sich auf die Themen: (1) Fokus Individuum: Stress und Ressourcen in der Arbeit (z.B. Stress / Work-Life-Management); Einfluss von Emotionen auf Denk-, Urteils- und Entscheidungsprozesse; Intuition; Ursachen von Emotionen im Kontext von Leistung, Macht und sozialen Beziehungen; Empathie (2) Fokus Team und Organisationen: Führung in Organisationen, Arbeit in Teams und Gruppen (z.B. Diversität, Gruppenprozesse, Verhandlungen, Gruppenentscheidungen), Nicht-Regierungsorganisationen (NGO) (3) Fokus Wirtschaft und Gesellschaft: Markt und Konsum: Werbe- und Konsumentenpsychologie, (z.B. Einstellungen und Konsumverhalten; Entstehung und Veränderung von Produkt-Präferenzen; Einsatz von Emotionen in der Werbung) Diese Themen werden in Lehrforschungsprojekten oder in Form von Praxisprojekten (z.B. die Entwicklung und Durchführung von Trainings in Unternehmen) bearbeitet.			

	Im Projektmodul „Fragen an die Wirtschaftspsychologie“ werden in Kooperation mit Unternehmen konkrete Problemstellungen aus der Praxis zu allen drei oben genannten Foci in Kleingruppen bearbeitet. Neben der wissenschaftlichen Reflexion, sollen hierbei Kleinprojekte bei externen Kooperationspartnern durchgeführt werden. Fragestellungen der Personal- und Organisationsentwicklung werden im Fokus 1 und 2 begleitend zu den einzelnen Themen betrachtet.
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie Der Schwerpunkt Arbeits- Organisations- und angewandte Sozialpsychologie eröffnet ein breites Berufs- und Tätigkeitsfeld im Bereich der Arbeits- Organisations- und Personalpsychologie (z.B. Human-Ressource-Management), der Markt- und Werbepsychologie (z.B. Marketing) aber auch in der wissenschaftlichen Arbeit in der Forschung und Entwicklung.
7	Teilnahmevoraussetzungen: siehe aktuelle Fachprüfungsordnung Master Psychologie §2 (Zulassungsvoraussetzungen)
8	Prüfungsformen: Projektarbeit oder mündliche Prüfung oder Klausur
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist die erfolgreiche Teilnahme an dem Seminar „Vertiefung & Anwendung“ des jeweiligen Moduls und bestandene Projektarbeit oder mündliche Prüfung oder Klausur am Ende des Moduls.
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120
11	Häufigkeit des Angebots: Jedes Semester wird mindestens ein projektorientiertes Modul zu einem der Themenbereiche aus Punkt 5 angeboten.
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. C. Antoni (Abteilung Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie); Prof. Dr. Thomas Ellwart (Trackbeauftragter, Abteilung Wirtschaftspsychologie); Prof. Dr. Eva Walther (Abteilung Sozialpsychologie), JProf. Dr. Martina Kaufmann (Soziale Kognition und angewandte Sozialpsychologie)
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.

Q (Q1/Q2) „Arbeits-, Organisations- und angewandte Sozialpsychologie“ (AOS) – Projektorientiertes Wahlpflichtmodul 2“				
Kenn-Nr: MA1P SY019	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 2	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Q1: Seminar „Vertiefung und Anwendung“ Q2: Projektseminar 1	Kontaktzeit 2 SWS/30 h 2 SWS/30 h	Selbststudium 90 h 150 h	LP 4 6
2	Lehrformen: Projektseminar, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit, praktische Übungen, Präsentation			
3	Gruppengröße:			
4	Erfolgreiches Entscheiden und Handeln in Unternehmen, Organisationen und Gesellschaft bedarf wissenschaftlich fundierter psychologischer Theorien und Methoden, die auch in der Praxis angewendet werden können. Hier liegt der Kern des Schwerpunktes (Track) „Arbeits-, Organisations- und angewandte Sozialpsychologie“ (AOS), in dem wissenschaftliche Themen und Anwendungen der Arbeits- und Organisationspsychologie, der Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie und der angewandten Sozialpsychologie in einem umfassenden Studienschwerpunkt verbunden werden. <i>Qualifikationsziele der Projektmodule:</i> Die Studierenden vertiefen grundlegendes Wissen in dem Schwerpunkt „AOS“ und wenden dieses in Bezug auf die Generierung und Lösung von Forschungsfragen an, erarbeiten Lösungen zu anwendungsbezogenen Problemstellungen oder Bearbeiten konkrete Fragestellungen in studentischen Kleinprojekten. Zentral ist die projektorientierte Bearbeitung einzelner Fragestellungen. <i>Schlüsselkompetenzen:</i> Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; eigenständige systematische Sichtung und Analyse einschlägiger Literatur; kritisches Hinterfragen und Bewerten von Theorien und ihres Geltungsbereichs zur Lösung anwendungsnaher oder forschungsorientierter Fragestellungen in dem Anwendungsfelder; Erlernen interventionsbezogener Fertigkeiten für ausgewählte Anwendungskontexte; Präsentationstechniken; Teamarbeit; Transfer wissenschaftlicher Inhalte in die Unternehmenspraxis, Kommunikation und Kooperation mit Unternehmen, zielgruppenorientierte Projektarbeit.			
5	<i>Inhalte:</i> Wie im Modul „Forschungsorientierte Vertiefung“ lassen sich die Studienschwerpunkte arbeits-, organisations- und marktpsychologischen Themen auf der Ebene des Individuums, des Teams oder der Organisation sowie des Marktes und der Gesellschaft zuordnen. Dabei können aus vier Projektmodulen bis zu zwei Module gewählt werden (Projektmodul 1 und 2). <i>Die prüfungsrelevante Zuordnung als Projektmodul 1 oder Projektmodul 2 kann der jeweils aktuellen Lehrplanung entnommen werden.</i> Die Inhalte der Projektmodule beziehen sich auf die Themen: (1) Fokus Individuum: Stress und Ressourcen in der Arbeit (z.B. Stress / Work-Life-Management); Einfluss von Emotionen auf Denk-, Urteils- und Entscheidungsprozesse; Intuition; Ursachen von Emotionen im Kontext von Leistung, Macht und sozialen Beziehungen; Empathie (2) Fokus Team und Organisationen: Führung in Organisationen, Arbeit in Teams und Gruppen (z.B. Diversität, Gruppenprozesse, Verhandlungen, Gruppenentscheidungen), Nicht-Regierungsorganisationen (NGO) (3) Fokus Wirtschaft und Gesellschaft: Markt und Konsum: Werbe- und Konsumentenpsychologie, (z.B. Einstellungen und Konsumverhalten; Entstehung und Veränderung von Produkt-Präferenzen; Einsatz von Emotionen in der Werbung) Diese Themen werden in Lehrforschungsprojekten oder in Form von Praxisprojekten (z.B. die Entwicklung und Durchführung von Trainings in Unternehmen) bearbeitet.			

	Im Projektmodul „Fragen an die Wirtschaftspsychologie“ werden in Kooperation mit Unternehmen konkrete Problemstellungen aus der Praxis zu allen drei oben genannten Foci in Kleingruppen bearbeitet. Neben der wissenschaftlichen Reflexion, sollen hierbei Kleinprojekte bei externen Kooperationspartnern durchgeführt werden. Fragestellungen der Personal- und Organisationsentwicklung werden im Fokus 1 und 2 begleitend zu den einzelnen Themen betrachtet.
6	Verwendbarkeit des Moduls: Wahlpflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie Der Schwerpunkt Arbeits- Organisations- und angewandte Sozialpsychologie eröffnet ein breites Berufs- und Tätigkeitsfeld im Bereich der Arbeits- Organisations- und Personalpsychologie (z.B. Human-Ressource-Management), der Markt- und Werbepsychologie (z.B. Marketing) aber auch in der wissenschaftlichen Arbeit in der Forschung und Entwicklung.
7	Teilnahmevoraussetzungen: siehe aktuelle Fachprüfungsordnung Master Psychologie §2 (Zulassungsvoraussetzungen)
8	Prüfungsformen: Projektarbeit oder mündliche Prüfung oder Klausur
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten ist die erfolgreiche Teilnahme an dem Seminar „Vertiefung & Anwendung“ des jeweiligen Moduls und bestandene Projektarbeit oder mündliche Prüfung oder Klausur am Ende des Moduls.
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120
11	Häufigkeit des Angebots: Jedes Semester wird mindestens ein projektorientiertes Modul zu einem der Themenbereiche aus Punkt 5 angeboten.
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. C. Antoni (Abteilung Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie); Prof. Dr. Thomas Ellwart (Trackbeauftragter, Abteilung Wirtschaftspsychologie); Prof. Dr. Eva Walther (Abteilung Sozialpsychologie), JProf. Dr. Martina Kaufmann (Soziale Kognition und angewandte Sozialpsychologie)
13	Sonstige Informationen: Die Zulassung zum Projektseminar ist durch die jeweilige Lehrkapazität begrenzt.

R Modul „Berufsbezogenes Praktikum“				
Kenn-Nr: MA1PS Y003	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1-4	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Praktikumszeit 6 Wochen	Kontaktzeit 0 h	Selbststudium 240 h (praktische Tätigkeit) 60 h (Selbststudium)	LP 10
2	Lehrformen: Eigenstudium			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Transfer der Inhalte des Master-Studiums auf psychologische Forschungsbereiche oder praktisch psychologische Anwendungsbereiche; eigenständiges Anwenden psychologischer Techniken und Methoden unter Praxisbedingungen.			
5	Inhalte: Reflektierte Praxisphase durch vertiefte Auseinandersetzung mit Theorie - Praxis Bezug; Analyse der strukturellen Bedingungen praktisch psychologischen Handelns. Kritische Reflektion der Anwendbarkeit psychologischer Theorien und Forschungsbefunde zur Lösung berufspraktischer Aufgaben.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Pflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: Das Praktikum kann nach dem 1. Fachsemester angetreten werden.			
8	Prüfungsformen: Praktikumsbericht			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Bestätigung über 6 Wochen berufsbezogenes Praktikum und bestandener Praktikumsbericht			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: jedes Semester			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Dr. Rebecca Müller			
13	Sonstige Informationen: Das Praktikum wird in der Regel in der vorlesungsfreien Zeit abgeleistet. Die Praktikumsbetreuerin / der Praktikumsbetreuer muss Psychologin / Psychologe sein. Es empfiehlt sich, das Praktikum vor Anmeldung der Masterarbeit zu absolvieren.			

„Masterarbeit“				
Kenn-Nr. MA1PSY0 04	Workload 900 h	Leistungspunkte 30	Studiensemester 4	Dauer 23 Wochen
1	Lehrveranstaltungen Kolloquium	Kontaktzeit 2 SWS/30 h	Selbststudium 870 h	LP 30
2	Lehrformen: Kolloquium			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele: Vertiefte Kenntnisse in wissenschaftlichen Problemlösungsstrategien; sprachliche und formale Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit.			
5	Inhalte: Angeleitete Bearbeitung eines Problems in einem Spezialgebiet der Psychologie mit qualitativen und/oder quantitativen Standardmethoden des Faches.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Pflichtmodul für den M.Sc. in Psychologie			
7	Teilnahmevoraussetzungen: mindestens 40 LP			
8	Prüfungsformen: Bewertung der Masterarbeit durch zwei Gutachterinnen/Gutachter.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Bestandene schriftliche Masterarbeit (max. 80 Seiten)			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 30/120			
11	Häufigkeit des Angebots: laufend			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: alle Abteilungen			
13	Sonstige Informationen: keine			

5. Modulbeschreibungen der Nichtpsychologischen Wahlpflichtfächer

Das Angebot für die Nichtpsychologischen Wahlpflichtfächer kann sich kurzfristig ändern. Aktuelle Informationen zu möglichen Änderungen in den angebotenen Wahlpflichtmodulen finden Sie immer auf der Homepage <https://www.uni-trier.de/index.php?id=47673>

S 1 Wahlpflichtmodul Sozialpädagogik: Theorie und Empirie sozialpädagogischer Professionskulturen

(ACHTUNG: Die Modulbeschreibung sieht zwar drei Veranstaltungen vor; im Rahmen des nichtpsychologischen Wahlpflichtfachs schließen Sie das Modul allerdings mit zwei Veranstaltungen ab!)

Kenn-Nr: MA1PSY 020	Workload 300 h	Leistungspunkte 10 LP	Studiensemester 1 - 4	Dauer 2-3 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Seminar 2 SWS b) Seminar 2 SWS c) Seminar 2 SWS	Kontaktzeit 2 SWS/25 h 2 SWS/25 h 2 SWS/25 h	Selbststudium 120 h 120 h 120 h	LP: 10 LP
2	Lehrformen: Seminar			
3	Gruppengröße: 30 (In den Seminaren der Einführungsphase werden die für ein erfolgreiches Masterstudium und die Einsozialisation in das Fach notwendigen spezifischen inhaltlichen und methodischen Standards der Erziehungswissenschaft an die Bachelorabsolventen unterschiedlicher Fächer vermittelt und gemeinsam reflektiert, wofür eine möglichst individuelle Betreuung der Studierenden erforderlich ist, weshalb die Gruppengröße der Seminare auf 30 Teilnehmer begrenzt wird.)			
4	Qualifikationsziele: a) Lernziele - Differenzierte Kenntnisse über aktuelle Positionen und Kontroversen zur Theorie der Sozialpädagogik und ihrer Professionstheorie - Kritische Auseinandersetzung mit Befunden deutscher und internationaler sozialpädagogischer Forschung in exemplarischen Themenbereichen vor dem Hintergrund aktueller transprofessioneller und organisationskultureller Entwicklungen b) Schlüsselqualifikationen: - Fähigkeit zum Lesen und Bearbeiten wissenschaftlicher Texte - Fähigkeit zum selbstständigen Umgang mit wissenschaftlichen Methoden, Begriffen und Fragestellungen - Fähigkeit zur diskursiven Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Argumentationsstrukturen - Fähigkeit, den methodischen Status von Aussagen zu problematisieren - Moderations- und Darstellungskompetenz - Projektfähigkeit			
5	Inhalte: - Aktuelle internationale Beiträge zur Theorie der Sozialpädagogik und zur sozialpädagogischen Professions- und Praxisforschung - Differenzierter Nachvollzug und Entwicklung von Problemstellungen, Forschungsdesigns und von Untersuchungsinstrumenten sozialpädagogischer Forschung - Gegenstandskonstitution als epistemologisches und methodologisches Problem - Problemstellungen und Methoden sozialpädagogischer Forschung unter besonderer Berücksichtigung des Verhältnisses von Geschlecht und Professionskultur - Diskussion sozialpädagogischer Studien und neuer professioneller Handlungsfelder (z.B. Gesundheit und Ernährung, Diversität, Care-, Praxis-, und Projektmanagement)			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Pflichtmodul im MA-Studiengang Organisation des Sozialen (Ein-Fach)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: keine			
8	Prüfungsformen: Es erfolgt eine Modulabschlussprüfung in Form einer Hausarbeit			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Erfolgreiches Bestehen der Modulabschlussprüfung entsprechend Punkt 8			

10	Stellenwert der Note in der Endnote: Kernfach 10/120
11	Häufigkeit des Angebots: Beginn in jedem Wintersemester
12	Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Stefan Köngeter
13	Sonstige Informationen: keine

S 2 Wahlpflichtmodul „Genetik und Physiologie für Psychologen/innen“				
Kenn-Nr: MA1PSY020	Workload 300 h	Leistungs- punkte 10	Studiensemester 1 - 4	Dauer 1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen:	Kontaktzeit	Selbststudium	LP
	a) Vorlesung „Genetik für Psychologen“	2 SWS/30h	70 h	4
	b) Seminar „Ausgewählte Arbeiten zur Verhaltensgenetik“	2 SWS/30h	70 h	2
	c) Projektseminar „Molekularbiologische Labortechniken“	2 SWS/30h	70 h	4
2	Lehrformen: Vorlesung, Referate, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit.			
3	Gruppengröße: VL = 24, Seminar und Projektseminar = 12			
4	Qualifikationsziele: Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen über zentrale Theorien, Forschungsfragen und Forschungsbefunde der Verhaltensgenetik und -physiologie. Im Rahmen des Nichtpsychologischen Wahlpflichtmoduls werden folgende Schlüsselkompetenzen erworben: Erkennen und Bewerten biologischer Fragestellungen aus psychologischer Perspektive; Lesen und Verstehen wissenschaftlicher (insbesondere auch englischsprachiger) Texte; Präsentationstechniken; Teamarbeit (Seminar, Projektseminar).			
5	Inhalte: Erwerb genetischer und physiologischer Grundlagen, zentraler Konzepte und Methoden.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.).			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie. Interesse an psychobiologischen Fragestellungen und psychobiologischer Methodik.			
8	Prüfungsformen: Klausur, schriftliche Hausarbeit, mündliche Prüfung.			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Teilnahme an Vorlesung und Seminar; Abgabe eines Protokolls über das Projektseminar; bestandene Modulprüfung			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120 (Note der Klausur oder mündlichen Prüfung)			
11	Häufigkeit des Angebots: jährlicher Turnus (Annuitätsprinzip)			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Jobst Meyer, Prof. Dr. Hartmut Schächinger (Vertretung und Begleitung).			
13	Sonstige Informationen: Die Vorlesung findet nur im SS statt, Seminar und Projektseminar sowohl im SS als auch im WS. Die Teilnehmer der Vorlesung (24) werden nach Absprache auf Seminar und Projektseminar des SS bzw. des darauffolgenden WS aufgeteilt. Die Abgabe eines Protokolls über das Projektseminar ist Voraussetzung, um zur Prüfung zugelassen zu werden.			

S 3 Wahlpflichtmodul Soziologie: Soziologische Theorie und Gesellschaftsanalyse				
Kenn-Nr: MA1PSY020	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester gem. Studiengang	Dauer 2 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) „Soziologische Theorie“ b) „Gesellschaftsanalyse“	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h 120 h	LP 5 5
2	Lehrformen: Vorlesung			
3	Gruppengröße: 150			
4	Qualifikationsziele: Das Modul zielt darauf ab, Analysen zum Zustand und Wandel von Gesellschaften vorzustellen und einen vertiefenden Einblick in ausgewählte soziologische Theorien zu geben. Dazu wird jeweils zu Beginn beider Vorlesungen - im Rahmen der ersten Sitzungen - ein Überblick über das jeweilige thematische Feld gegeben: einmal über die soziologischen Gesellschaftsanalysen und einmal über soziologische Theorien. Im zweiten Teil der beiden Vorlesungen werden dann jeweils ein oder mehrere Ansätze bzw. Theorien vertiefend dargestellt. Wichtige Lernziele sind die Einordnung der jeweiligen Ansätze innerhalb der Disziplin reflektieren zu können und deren Relevanz für die Bearbeitung gegenwärtiger und klassischer Problemstellungen der Medien- und Kultursociologie wie auch der Wirtschaftssoziologie erkennen und beurteilen zu können. Auf diese Weise werden die Studierenden darin geschult, Konzepte und Theorien zu hinterfragen sowie spezifische Themen in einen breiten Zusammenhang zu stellen.			
5	Inhalte: (a) Soziologische Theorie Die Vorlesung bietet eine Einführung in verschiedene methodologische Perspektiven der Soziologie und das damit jeweils verbundene Verständnis soziologischer Theorie. Es wird darauf aufbauend ein Überblick über die zentralen soziologischen Theorien vermittelt, und es wird dargelegt, welche sozialen Phänomene damit beschrieben und analysiert werden können. Die Vorlesung bietet damit einen Überblick über theoretische Ansätze der Soziologie auf Masterniveau und verbindet diese mit medien-, kultur- und wirtschaftssoziologisch relevanten Aspekten sowie gegenwärtigen Entwicklungen soziologischer Theoriebildung. (b) Gesellschaftsanalyse Die Vorlesung gibt einen Überblick über ausgewählte Gesellschaftsbegriffe und -theorien. Im zweiten Teil der Vorlesung werden davon ausgehend soziologische Gegenwartsdiagnosen und/oder empirische Analysen von Einzelgesellschaften vorgestellt, wobei Rollen und Funktionen von Medien, Kultur und Wirtschaft in modernen Gesellschaften behandelt werden.			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: formal: keine; inhaltlich: keine			
8	Prüfungsformen: Klausur (90 Min)			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Bestehen der Modulprüfung, regelmäßige Teilnahme an Veranstaltungen			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120			
11	Häufigkeit des Angebots: jedes WS VL Soziologische Theorie, jedes SS VL Gesellschaftsanalyse			
12	Modulbeauftragte: Prof. Dr. Andrea Maurer Lehrende: alle Lehrenden der Master „Medien- und Kultur-“ sowie „Wirtschaftssoziologie“			
13	Sonstige Informationen:			

S 3 Wahlpflichtmodul Soziologie: Fortgeschrittene Datenerhebungs- und Datenanalyseverfahren				
Kenn-Nr: MA1PSY0 20	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1-4	Dauer 1
1	Lehrveranstaltungen a) Datenerhebung b) Datenanalyse	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h 120 h	LP 5 5
2	Lehrformen: Vorlesung mit Übungs- und Diskussionsanteilen			
3	Gruppengröße: 150			
4	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen: Kenntnisse der empirischen Sozialforschung stellen einen unverzichtbaren Teil der wissenschaftlichen Ausbildung in den Sozialwissenschaften dar. Aufbauend auf den im BA-Studium erworbenen Kenntnissen im Bereich der qualitativen und quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung soll diese Qualifikation in diesem Modul weiter vertieft werden. In diesem Rahmen soll die Umsetzung von theoretischen Überlegungen in ein praktisches Forschungsdesign, die Auswahl geeigneter Datenerhebungsverfahren, die Entwicklung unterschiedlichster Instrumente zur Datenerhebung - zu nennen sind hier die verschiedenen Formen der Befragungen, ihre Möglichkeiten, aber auch Probleme -, Methoden der Datenerfassung und -aufbereitung, vor allem aber die Anwendung geeigneter Analyseverfahren zur Auswertung der erhobenen Daten und Texte. Im Zentrum stehen dabei der Transfer des erworbenen Fach- und Methodenwissens sowie die Schulung komplexer Denkweisen. Bei all diesen Aspekten soll auch die kritische Reflexion und Diskussion der verfügbaren Methoden, ihrer Potentiale und Grenzen eingeübt und diskutiert werden. Da auch in der publizierten Forschung neben der eigenständigen Datenerhebung die sekundäranalytische Nutzung schon vorhandener qualitativer und quantitativer Datenbestände zunehmend an Bedeutung gewinnt, sollen auch hier die Möglichkeiten derartiger Analysen diskutiert werden. Zielsetzung ist die Vermittlung einer breiten Methodenkompetenz, die es den Studierenden erlaubt, einerseits publizierte Forschungsergebnisse fundiert diskutieren, aber auch kritisieren zu können und ihnen andererseits die Befähigung vermitteln soll, eigenständige Forschungsarbeiten zu konzeptionalisieren, zu planen und durchzuführen. Neben den Möglichkeiten der verschiedenen Verfahren und Techniken sollen aber auch immer deren Probleme und Begrenzungen im Mittelpunkt stehen.			
5	Inhalte: Datenerhebung Die Veranstaltung setzt sich aus Themen der folgenden Bereiche zusammen: • kognitive und wahrnehmungspsychologische Grundlagen der Datenerhebung • unterschiedliche Datenerhebungsformen (Beobachtung, nicht-reaktive Messverfahren, Experimente, quasi- Experimente, Evaluationen, Quer- und Längsschnittuntersuchungen, Kohortenuntersuchungen, Netzwerkuntersuchungen) • verschiedene Formen des Interviews zur Erfassung sowohl qualitativer (Leitfadeninterviews, Experteninterviews, narrative Interviews) wie quantitativer Daten (postalische Befragung, face-to-face-Interviews, telefonische Interviews, online-Erhebungen) Datenanalyse Die Veranstaltung setzt sich aus Themen der folgenden Bereiche zusammen: • verschiedene interpretative Verfahren zur Analyse eines Textkorpus wie beispielsweise Narrationsanalyse, Konversationsanalyse, hermeneutische Verfahren oder die dokumentarische Methode • Analyse verfahren für nominale und kategoriale Daten, strukturentdeckende Verfahren wie beispielsweise Faktoren- und Clusteranalyse, Regressionsverfahren für metrische und nominale Variablen, Strukturgleichungsmodelle, Panelregression, Mehrebenenanalyse			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			

7	Teilnahmevoraussetzungen: formal: keine; inhaltlich: keine
8	Prüfungsformen: Klausur (90 Min)
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: Bestehen der Modulprüfung, regelmäßige und aktive Teilnahme an Veranstaltungen
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120
11	Häufigkeit des Angebots: jedes WS
12	Modulbeauftragter: Prof. Dr. Johannes Kopp Lehrende: MitarbeiterInnen der Professur für „Empirische Sozialforschung und Methodenlehre“
13	Sonstige Informationen:

S 4 Wahlpflichtmodul Volkswirtschaftslehre				
Kenn-Nr: MA1PSY020	Workload: 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 - 4	Dauer 1-2 Semester
1	Lehrveranstaltungen: a) Gesundheitsökonomik (Health Economics) b) Incentives in Organizations and Innovation	Kontaktzeit: 4-6 SWS / 60 h 4-6 SWS / 60 h	Selbststudium: 240 h 240 h	LP: 10 10
2	Lehrformen: Vorlesung und Übung			
3	Gruppengröße: 60			
4	Qualifikationsziele:			
5	Inhalte: a) <i>Gesundheitsökonomik (Health Economics)</i> b) <i>Incentives in Organizations and Innovation</i>			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: Formal: keine; Inhaltlich: Grundzüge der VWL I und II			
8	Prüfungsform: Klausur, Hausarbeit oder mündliche Prüfung. Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten: Bestehen der vom Veranstalter bekannt gegebenen Prüfungsformen.			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 10/120 der Gesamtnote			
11	Häufigkeit des Angebotes: Zwei-Semester Turnus, alle Veranstaltungen können während eines Jahres absolviert werden.			
12	Modulbeauftragter und hauptamtliche Lehrende: N.N. (Modulbeauftragter), alle Professoren des Faches VWL			
13	Sonstige Informationen			

S 5 Wahlpflichtmodul Katholische Theologie				
Kenn-Nr: MA1PSY0 20	Workload: 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 - 4	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen: a) Vorlesung „Die theologisch-ethische Orientierung des Handelns“ (jedes SS) b) Vorlesung „Moraltheologische Anthropologie“ <u>oder</u> „Liebe und Verantwortung“ (jährlicher Wechsel des Angebots der beiden LV im SS)	Kontaktzeit: 2 SWS / 30h 2 SWS / 30 h	Selbststudium: 120 h 120 h	LP: 5 5
2	Lehrformen: Vorlesung, Diskussion			
3	Gruppengröße: Vorlesung: bis zu 40 Personen			
4	Qualifikationsziele: Kenntnis der normativen Grundlagen und Argumentationslinien einer theologischen Ethik; Fähigkeit zur differenzierten Urteilsbildung hinsichtlich der Tragweite anthropologischer Optionen im Bereich der Ethik; Sensibilisierung für ein Verständnis von theologisch-ethischer Reflexion als Beitrag zum Gelingen des menschlichen Lebens in seinen vielfältigen Bezügen und Bedürfnissen.			
5	Inhalte: Das Modul vermittelt einen Einblick in die Grundstrukturen der theologisch-ethischen Theoriebildung (vgl. Vorlesung „Die theologisch-ethische Orientierung des Handelns“) und bietet sodann die Möglichkeit einer jeweiligen Ergänzung bzw. Vertiefung dieser Grundlagen durch eine Auseinandersetzung mit den Themenfeldern „Menschbild“, „Gewissen“, Freiheit, Schuld/Sünde, Verantwortung“ (vgl. Vorlesung „Moraltheologische Anthropologie“) oder aber mit dem breiten Spektrum der Fragen im Bereich der Sexual- bzw. Beziehungsethik (vgl. Vorlesung „Liebe und Verantwortung“).			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: Keine			
8	Prüfungsform: mündliche Prüfung (20 Min) im SS			
9	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten: regelmäßige und aktive Teilnahme an den Veranstaltungen, Bestehen der Modulprüfung			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: Kernfach 10/120			
11	Häufigkeit des Angebotes: Jährlich; jedes SS			
12	Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender: Prof. Dr. Johannes Brantl			
13	Sonstige Informationen: Keine			

S 7 Wahlpflichtmodul „Betriebswirtschaftslehre“ Angaben hierzu siehe im Folgenden „Exportmodule des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre“				
Kenn-Nr: MA1PSY020	Workload 300 h	Leistungspunkte 10	Studiensemester 1 - 4	Dauer 3 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	LP
2	Lehrformen:			
3	Gruppengröße:			
4	Qualifikationsziele:			
5	Inhalte:			
6	Verwendbarkeit des Moduls: Nichtpsychologisches Wahlpflichtmodul für den Master-Studiengang in Psychologie (M.Sc.)			
7	Teilnahmevoraussetzungen: BSc in Psychologie			
8	Prüfungsformen:			
9	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten: bestandene Prüfungen			
10	Stellenwert der Note in der Endnote: 12/120			
11	Häufigkeit des Angebots:			
12	Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:			
13	Sonstige Informationen:			

Exportmodule des Masterstudiengangs Betriebswirtschaftslehre

(Stand Februar 2011)

Für alle Masterstudiengänge, die einen Import der BWL als Wahlfach im Umfang von 10 LP vorsehen, und hierzu zählt auch der Masterstudiengang Psychologie, gilt:

Es ist ein Modul aus den BWL-Spezialisierungen

„Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung“,
„Financial Economics and Risk Management“,
„Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“ oder
„Revisions- und Treuhandwesen“

zu wählen.

Inhaltsverzeichnis

SPEZIALISIERUNGSSTUDIUM	48
BWL-Spezialisierung: „Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung“	49
Modulname: Steuerarten und steuerliche Gewinnermittlung	50
Modulname: Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur	52
BWL-Spezialisierung: „Financial Economics & Risk Management“	54
Modulname: Kapitalmarkttheorie	55
Modulname: Risk Management	57
BWL-Spezialisierung: „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“	59
Modulname: Financial Markets	60
Modulname: Investments	63
BWL-Spezialisierung: „Business- und Dienstleistungsmarketing“	67
Modulname: Electronic Business und Relationship Marketing	68
Modulname: Business- und Dienstleistungsmarketing	71
BWL-Spezialisierung: „Handel und Internationales Marketing-Management“	73
Modulname: Retail Management and International Branding	74
Modulname: Supply Chain Management, International Strategies and Retail Marketing	76
BWL-Spezialisierung	79
„Human Resource Management & Personnel Economics“	79
Modulname: Organizing Work and Employment Contracts	79
Modulname: International HRM and Personnel Economics	82
BWL-Spezialisierung: „Revisions- und Treuhandwesen“	85
Modulname: Rechnungslegung der Unternehmung	86
Modulname: Prüfung und Bewertung der Unternehmung	88

Spezialisierungsstudium

BWL-Spezialisierung: „Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung“

Professur: Richter

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung“ zählt zu einer der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Rechnungswesen/Steuern. Aufbauend auf den Kenntnissen der einzelnen Ertragsteuerarten und ihrer Wechselbeziehungen untereinander liegt der Fokus der Betrachtungen auf der Wirkung von steuerlichen Einflüssen auf betriebliche Entscheidungen. Simultan werden in der Praxis wichtige Instrumentarien bzw. Strategien zur Reduktion der Steuerlast aufgezeigt, seien sie im rein nationalen oder im internationalen Kontext angesiedelt. Auch die Integration europäischer Vorgaben für das deutsche Steuersystem in besagte Entscheidungen erfolgt regelmäßig. Darüber hinaus beschäftigt sich die Spezialisierung ebenfalls mit Fragen der Ermittlung des steuerlichen Gewinns, u.a. mit der rein steuerlich relevanten Einnahmen-Überschussrechnung.

Modulname: Steuerarten und steuerliche Gewinnermittlung					
BWL-Spezialisierung: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung (A)					
Kennnummer MA1PSY020		Workload 300 h	Credits 10	Studien- semester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersem. Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Steuerarten und steuerliche Einflüsse auf die Rechtsformwahl Oder Besonderheiten der steuerlichen Gewinnermittlung und Einflüsse auf funktionale Entscheidungen	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Fallstudien	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen am Ende des Moduls die im Rahmen der Steuerrechtsnormendarstellung essentiellen und mit betrieblichen Dispositionen verbundenen Steuerarten inkl. der teilweise auch die Privatsphäre tangierenden Einkommensteuer beherrschen, deren Zusammenhänge untereinander aufzeigen sowie ausgewählte Sachverhalte in Steuererklärungen abbilden können. Darüber hinaus sind die Studierenden in die Lage zu versetzen, die Besteuerungsunterschiede zwischen den einzelnen Rechtsformen aufzuzeigen sowie eine Entscheidung für die steueroptimale Rechtsform zu treffen. Im Zuge der steuerlichen Gewinnermittlung wird ein Schwerpunkt auf die Optimierungsmöglichkeiten i.S.e. Steuerbarwertminimierung bei den jeweiligen Gewinnermittlungsarten gelegt. Letztlich erhalten die Studierenden im Kontext der Steuerwirkungslehre einen Einblick, was den Einfluss von Steuern auf einzelne Unternehmensfunktionen anbelangt.				
3	Inhalte Steuerarten und steuerliche Einflüsse auf die Rechtsformwahl: Vorab werden in einem Grundlagenkapitel wichtige Vokabularien aus der steuerlichen Praxis vermittelt. Im Anschluss erfolgt die detaillierte Analyse der in Deutschland wichtigsten Steuerarten wie die Einkommensteuer, die Körperschaftsteuer, die Gewerbesteuer sowie die Umsatzsteuer. Die Durchführung eines Steuerbelastungsvergleichs zwischen einer Personen- und einer Kapitalgesellschaft für Zwecke der Steuerwirkung sowie des tax planning bilden einen Anwendungsbereich für die Integration von Ertragsteuern in betriebliche Entscheidungen. Besonderheiten der steuerlichen Gewinnermittlung und Einflüsse auf funktionale Entscheidungen: Die Veranstaltung erweitert und vertieft die Kenntnisse im Bereich des handelsrechtlichen Einzelabschlusses dergestalt, dass zunächst die handelsrechtlichen und steuerlichen Buchführungspflichten für einzelne Adressatenkreise an Steuerpflichtigen bestimmt werden, welche für die Festlegung				

	der jeweiligen steuerlichen Gewinnermittlungsart eine Entscheidungsrelevanz entfalten. Im Anschluss wird sich dem vollständigen Betriebsvermögensvergleich mit seinen steuerlichen Besonderheiten, unter Beachtung des Maßgeblichkeitsprinzips, gewidmet. Eine ausführliche Beleuchtung der rein steuerlich relevanten Einnahmen-Überschussrechnung schließt sich an. Der Wechsel zwischen den Gewinnermittlungsarten vereint die bisherigen Ausführungen miteinander. Letztlich werden die Einflüsse der Besteuerung auf Investitions- sowie auf Finanzierungsentscheidungen (dort zwischen Kreditfinanzierung und Leasing) aufgezeigt. Fallstudien: Diese Veranstaltung ergänzt bzw. vertieft die Lehrveranstaltung a), indem die behandelten zentralen und für die steuerberatende Tätigkeit wichtigen Themen anhand konkreter Fallstudien aus Wissenschaft und Praxis aufgegriffen und einer Lösung zugeführt werden.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit ggf. Lektürenkurs sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Fallstudien, Referate und ggf. Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter/Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

Modulname: Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur						
BWL-Spezialisierung: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Steuerberatung (B)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur		2 SWS / 30 h		120 h	150 Studierende
	b) Fallstudien		4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
	Die Studierenden sollen am Ende des Moduls in der Lage sein, ihr erworbenes Fachwissen auf konkrete steuerliche Problemstellungen aus Wissenschaft und Praxis anzuwenden. Dabei sollen sie im Rahmen der Steuergestaltungslehre auch imstande sein, Situationen mittels Einsatzes steuerlicher Instrumentarien zu optimieren, d.h. etwaige Besteuerungsalternativen i.S.e. Steuerplanung und Steuerpolitik aus Sicht des Unternehmens bzw. Unternehmers aufzeigen. Im internationalen Bereich werden die Studierenden im Zuge der internationalen Steuersystemlehre insb. sensibilisiert, was Steuerentstrickungsregelungen und die Hinzurechnungsbesteuerung anbelangt. Auch hier findet Steuergestaltung in Form der Wahl der optimalen Organisationsform in Inbound- und Outbound-Fällen statt. Basierend auf der dritten Säule der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, der Steuerrechtsgestaltungslehre, gilt es den Studierenden ein Verständnis für in Deutschland bestehende europarechtskonforme sowie europarechtswidrige Steuervorschriften zu vermitteln.					
3	Inhalte					
	Besteuerung der nationalen und internationalen Unternehmensstruktur: Die Veranstaltung legt zunächst die Besteuerung wichtiger Kooperationen – seien sie national oder grenzüberschreitend wie die EWIV angelegt – dar. Anschließend wird sich der Besteuerung von Konzentrationen in Form des Konzerns ausführlich gewidmet. Dabei werden nicht nur die Voraussetzungen und die Wirkungsweisen des „Schachtelprivilegs“ sowie der „Organschaft“ als zentrales Instrumentarium zur Steuergestaltung vermittelt. Vielmehr erfolgt die Integration europäischer Vorgaben in diesen Themenkomplex. Auch die wichtigsten (grenzüberschreitenden) Umstrukturierungsvorgänge verkörpern zu vermittelnde Themenbereiche. Im rein internationalen Teil der Veranstaltung werden die auf dem Gebiet des internationalen Steuerrechts gebräuchlichen Begrifflichkeiten erklärt sowie anschließend die Möglichkeiten zur unilateralen Vermeidung bzw. zur bilateralen Vermeidung einer Doppelbesteuerung (hier: anhand des OECD-Musterabkommens) aufgezeigt. Die Vermittlung der Kenntnisse wichtiger Maßnahmen aufseiten des deutschen Steuergesetzgebers zur Vermeidung der Ausnutzung des internationalen Steuergefälles unter Berücksichtigung europäischer Vorgaben schließt sich an. Eine Analyse der Besteuerung von Outbound-Fällen sowie von Inbound-Fällen für Zwecke des international tax planning rundet die Veranstaltung ab.					
	Fallstudien: Diese Veranstaltung ergänzt bzw. vertieft die Lehrveranstaltung a), indem die					

	behandelten zentralen und für die steuerberatende Tätigkeit wichtigen Themen anhand konkreter Fallstudien aus Wissenschaft und Praxis aufgegriffen und einer Lösung zugeführt werden.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit ggf. Lektürenkurs sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Fallstudien, Referate und ggf. Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter/Univ.-Prof. Dr. Lutz Richter und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

BWL-Spezialisierung: „Financial Economics & Risk Management“

Professur: Adam-Müller

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Financial Economics and Risk Management“ ist eine der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Finance. Im Modul „Kapitalmarkttheorie“ werden die theoretischen Grundlagen für ein Verständnis von Kapitalmärkten gelegt, mit dessen Hilfe sich eine Vielzahl von Finanzdienstleistungen und Finanzprodukten beschreiben, analysieren und bewerten lässt. Im zweiten Modul „International Corporate Finance and Risk Management“ wird eines von drei möglichen Veranstaltungsparen zu den Themen „International Financial Management and Risk Management“, „Corporate Finance and Risk Management“ und „Current Issues in Financial Markets“ angeboten. Durch eine intensive Beschäftigung mit praktischen Anwendungsbeispielen und -fällen sowie die Einbeziehung empirischer Befunde aus der wissenschaftlichen Literatur wird sichergestellt, dass der Zusammenhang zwischen Modellen einerseits und realen Finanzmärkten und den dort angebotenen komplexen Dienstleistungen andererseits deutlich erkennbar wird.

Modulname: Kapitalmarkttheorie						
BWL-Spezialisierung: Financial Economics & Risk Management (A)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersem.	Dauer
		300 h	10			1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Kapitalmarkttheorie		2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Methoden und Anwendungen der Kapitalmarkttheorie		4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen die Inhalte der Lehrveranstaltungen a) und b) kennen, erläutern und kritisch reflektieren können. Dabei stehen die Beherrschung formaler Modelle sowie deren Anwendung auf konkrete Fragestellungen im Vordergrund. Die Fähigkeit, die logische Struktur und Abhängigkeit der verschiedenen Modelle zu erkennen und im Rahmen einer kritischen Analyse der jeweiligen Annahmen die Anwendbarkeit der Modellergebnisse beurteilen zu können, bildet dabei einen besonderen Schwerpunkt. Ein zweiter Schwerpunkt besteht darin, die für eine konkrete Anwendung der Modelle notwendigen Vereinfachungen und Approximationen zu beherrschen. Die in diesem Modul behandelten Inhalte sind für das Verständnis von Kapitalmärkten und damit für das Verständnis von Finanzdienstleistungen und Finanzintermediation von zentraler Bedeutung.					
3	Inhalte a) Kapitalmarkttheorie: In dieser Veranstaltung werden die zentralen Grundlagen für die neoklassische Theorie der Kapitalmärkte gelegt. Zunächst werden Formalisierungen für intertemporale Optimierungskalküle individueller Investoren behandelt. Diese werden im Rahmen der Portfolio-Theorie dazu verwendet, die individuelle Wertpapiernachfrage abzuleiten. Auf dieser Grundlage werden Kapitalmarktgleichgewichte untersucht und alternative Ansätze zur Bewertung von Vermögenstiteln vorgestellt. Abschließend werden Anwendungen dieser Konzepte z.B. auf Derivate oder die Modellierung der Zinsstruktur vorgestellt. b) Methoden und Anwendungen der Kapitalmarkttheorie: In dieser Veranstaltung werden quantitative Methoden vorgestellt, die für das Modellverständnis und für Anwendungen wichtig sind. Ferner wird anhand von Beispielen die Anwendung der Modelle auf konkrete Entscheidungssituationen vorgestellt und vertieft.					
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a) Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, kurzen Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Übung mit Aufgaben, Übung mit Hausarbeit und/oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten					
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine					

6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit, ggf. mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung b)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller/Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

Modulname: Risk Management						
BWL-Spezialisierung: Financial Economics & Risk Management (B)						
Kennummer		Workload	Credits	Studien-semester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Sommersem.	Dauer
		300 h	10			1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	A), B), C)		2 SWS /30 h		120 h	150 Studierende
	a), b), c)		4 SWS / 60 h		90 h	150 Studierende
2	<i>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</i> Nach dem Besuch dieses Moduls sollen die Studierenden anhand ausgewählter Themengebiete die Komplexität der Interaktion verschiedenster Risiken, die auf Kapitalmärkten und Gütermärkten existieren, erkennen sowie Methoden und Instrumente zur Messung und Steuerung ausgewählter Risiken kennen, wiedergeben und kritisch analysieren können. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf Fragen der Unternehmensfinanzierung und des internationalen Finanzmanagements gelegt. Die Fähigkeit zur Anwendung dieser Kenntnisse auf konkrete Probleme der Praxis von Unternehmen, Finanzdienstleistern und einzelnen Investoren ist das zweite zentrale Lernziel. Ferner sollen Studierende mit der englischen Fachterminologie vertraut sein.					
3	Inhalte Es wird eines der folgenden Paare von Veranstaltungen angeboten: A) mit a), B) mit b) oder C) mit c). A) International Financial Management and Risk Management: Concepts Es wird der Zusammenhang zwischen Wechselkursen, dem internationalen Währungssystem, politischen Risiken und dem Handeln international tätiger Unternehmen untersucht. Ebenen der Messung und einzelne Maßnahmen zur Steuerung von Wechselkursrisiken werden vorgestellt und kritisch analysiert. Daraus wird die Nachfrage nach Finanzdienstleistungen zur Risikoabsicherung gegen Wechselkursrisiken abgeleitet. a) International Financial Management and Risk Management: Applications Die in der Veranstaltung A) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele, aktueller Anwendungen aus der Unternehmenspraxis und/oder Fallstudien im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen. B) Corporate Finance and Risk Management: Concepts Es werden theoretische Modelle vorgestellt, mit denen verschiedene Aspekte externer Finanzierung auf unvollkommenen Kapitalmärkten analysiert werden können. Dabei spielt die Bewertung von (Verhaltens-)Risiken eine bedeutende Rolle. Aus dieser Analyse ergeben sich Implikationen für die optimale Kapitalstruktur, die Konstruktion optimaler Anreizverträge und für Fragen der Risikosteuerung. Ferner wird auf Fragen der Unternehmensbewertung, auf Unternehmensübernahmen und -zusammenschlüsse und auf die Analyse von Finanzdienstleistungen zur Risikoabsicherung gegen Zins- und andere Preisrisiken eingegangen. Die theoretische Analyse wird durch die Behandlung empirischer Befunde ergänzt. b) Corporate Finance and Risk Management: Applications Die in der Veranstaltung B) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe von Übungsbeispielen, Fallstudien und/oder aktuellen Entwicklungen aus der					

	Unternehmenspraxis angewendet, ggf. im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen. C) Current Issues in Financial Markets Es werden aktuelle Entwicklungen und/oder spezielle Themen aus der BWL-Spezialisierung „Financial Economics and Risk Management“ behandelt. Diese können sowohl aus der gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskussion als auch aus aktuellen Entwicklungen an Kapitalmärkten oder bei einzelnen Finanzdienstleistungsunternehmen stammen. c) Current Issues in Financial Markets: Problems and Applications Die in der Veranstaltung C) behandelten Themen werden durch eine eingehende Analyse aktueller Daten, der wissenschaftlichen und/oder der aktuellen Literatur weiter vertieft.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung A), B): Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung a), b): Übung mit Aufgaben und/oder Fallstudien, Übung mit Hausarbeit und/oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten Lehrveranstaltung C): Vorlesung mit Lektüre, Fallstudien und/oder Übungselementen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung c): Übung mit Aufgaben, Fallstudien, Hausarbeit und/oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) oder Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung a), b) oder c)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller /Univ.-Prof. Dr. Axel Adam-Müller und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Die Teilnahme am Modul „Kapitalmarkttheorie“ wird nachdrücklich empfohlen.

BWL-Spezialisierung: „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“

Professur: Rieger

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“ ist eine der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Finance. Im Modul „Financial Markets“ wird eines von vier Paaren von Veranstaltungen zu den Themen „Finanzintermediation“, „Fixed Income“, „Derivate“ und „Aktuelle Finanzmarktfragen“ angeboten. Im zweiten Modul „Investments“ wird eines von fünf Paaren von Veranstaltungen zu den Themen „Asset Management“, „Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister“, „Advanced Corporate Finance“, „Behavioral Finance und Kapitalanlagen“ und „Current Issues in Investments“ angeboten. Durch eine intensive Beschäftigung mit praktischen Anwendungsbeispielen und -fällen sowie die Einbeziehung empirischer und/oder experimenteller Befunde aus der wissenschaftlichen Literatur wird sichergestellt, dass der Zusammenhang zwischen den theoretischen Konzepten und experimentellen Ergebnissen einerseits und realen Problemen im Bereich der Finanzdienstleistungen andererseits deutlich erkennbar bleibt.

Modulname: Financial Markets							
BWL-Spezialisierung: Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente (A)							
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersem.	Dauer	
		300 h	10			1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen (eins aus vier) 1) Finanzintermediation a) Finanzintermediation b) Anwendungen und aktuelle Probleme 2) Fixed Income a) Markets and Products b) Applications 3) Derivate a)Derivate b) Beispiele und Anwendungen 4) Aktuelle Finanzmarktfragen a) Aktuelle Finanzmarktfragen b) Analyse aktueller Finanzmarktfragen		Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 4 SWS / 60 h 2 SWS / 30 h 4 SWS / 60 h 2 SWS / 30 h 4 SWS / 60 h 2 SWS / 30 h 4 SWS / 60 h		Selbststudium 120 h 90 h 120 h 90 h 120 h 90 h 120 h 90 h		geplante Gruppengröße 150 Studierende 150 Studierende 150 Studierende 150 Studierende 150 Studierende 150 Studierende 150 Studierende 150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen nach Besuch des Moduls die Rolle von Finanzdienstleistern auf Kapitalmärkten sowie wichtige Finanzprodukte und ihre Anwendungsmöglichkeiten kennen. Dabei sollen sie auch aktuelle Entwicklungen kennen, erläutern und kritisch reflektieren können. Dies schließt die Beherrschung formaler Modelle und weiterer Methoden ebenso ein wie die Kenntnis zentraler institutioneller und regulatorischer Details. Ein zweiter Schwerpunkt besteht darin, die behandelten Analyseinstrumente anwenden zu können.						
3	Inhalte Aus den angebotenen Schwerpunkten ist einer zu wählen. Dieser besteht jeweils aus den Teilen a) und b). Es wird mindestens eines der folgenden Paaren von Veranstaltungen angeboten: 1) Finanzintermediation 1a) Finanzintermediation						

	Die Aufgaben von Finanzdienstleistern (Banken, Versicherungen u.a.) werden eingeführt. Dabei werden auch ihre wichtigsten Produkte sowie Grundzüge der Regulierung vorgestellt. Wichtige empirische Befunde zur Interaktion von Finanzintermediären mit anderen Kapitalmarktteilnehmern werden vorgestellt. 1b) Finanzintermediation: Anwendungen und aktuelle Probleme Die in der Veranstaltung 1a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele, aktueller Anwendungen aus der Praxis von Banken, Versicherungen und anderen Finanzdienstleistungsunternehmen und/oder Fallstudien im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen. 2) Fixed Income 2a) Fixed Income: Markets and Products Nach einer Beschreibung der wichtigsten Charakteristika von Anleihen, Krediten und ähnlichen Instrumenten verschiedener Emittenten werden die Märkte dargestellt, auf denen diese Instrumente gehandelt werden. Ein Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf der Bewertung von Zinsinstrumenten mit und ohne Kreditrisiko, wie sie bei Finanzdienstleistungen (Kreditvergabe, festverzinsliche Anlagen) eine zentrale Rolle spielen. Ferner wird auf strukturierte Produkte, Verbriefung und verschiedene Optionen eingegangen, die Zinsprodukte beinhalten können. 2b) Fixed Income: Applications Die in der Veranstaltung 2a) vorgestellten Inhalte und Konzepte zur Bewertung und Analyse von zinstragenden Finanzierungstiteln werden mit Hilfe von Übungsbeispielen, Fallstudien und/oder aktuellen Entwicklungen angewendet, ggf. im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen. 3) Derivate 3a) Derivate Die Rolle von Finanzderivaten für Finanzdienstleistungen und insbesondere die Absicherung von Finanztransaktionen sowie die Kapitalanlage werden untersucht. Eigenschaften, Einsatzmöglichkeiten und Bewertung einfacher bedingter und unbedingter Termingeschäfte (z.B. Optionen) sowie exotischer Instrumente (z.B. strukturierte Produkte) werden vorgestellt. Die wichtigsten Märkte für derivative Finanzinstrumente und ihre Funktionsweisen werden skizziert. 3b) Derivate: Beispiele und Anwendungen Die in der Veranstaltung 3a) behandelten Bewertungsmodelle und Einsatzmöglichkeiten für Derivate werden anhand aktueller Beispiele, Erweiterungsmöglichkeiten und/oder Fälle aus der Unternehmenspraxis analysiert und kritisch verglichen. 4) Aktuelle Finanzmarktfragen 4a) Aktuelle Finanzmarktfragen Es werden aktuelle Entwicklungen und/oder spezielle Themen aus der BWL-Spezialisierung „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“ behandelt. Diese können sowohl aus der gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskussion als auch aus aktuellen Entwicklungen an Kapitalmärkten oder bei einzelnen Finanzdienstleistungsunternehmen stammen. 4b) Analyse aktueller Finanzmarktfragen Die in der Veranstaltung 4a) behandelten Themen werden durch eine eingehende Analyse aktueller Daten, der wissenschaftlichen und/oder der tagesaktuellen Literatur weiter vertieft.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a) Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, kurzen Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): Übung mit Aufgaben, Übung mit Hausarbeit oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit, ggf. mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung 1b), 2b), 3b), 4b)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Mark Oliver Rieger/ Prof. Dr. Mark Oliver Rieger und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

Modulname: Investments					
BWL-Spezialisierung: Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester 1. Sem.	Häufigkeit des Angebots jedes Sommersem.	Dauer
	300 h	10			1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (eins aus vier)	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	1) Asset Management				
	a) Portfolio Theory and Asset Management	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Applications	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
	2) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister	2 SWS / 30 h	120 h		
	a) Ökonometrisch e Analysen für Finanzdienstleister	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
	b) Praxis der Datenanalyse	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	3) Advanced Corporate Finance	4 SWS / 60 h	90 h		
	a) Advanced Corporate Finance	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Advanced Corporate Finance	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
	4) Behavioral Finance und Kapitalanlagen				
	a) Behavioral Finance und Kapitalanlagen	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studierende	
	b) Anwendungen	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studierende	
	5) Current Issues in Investments				
	a) Current Issues in Investments			150 Studierende	
	b) Problems and Applications			150 Studierende	

2	<i>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</i> Nach dem Besuch dieses Moduls sollen die Studierenden über vertiefte Kenntnisse in mindestens einem Gebiet der Finanzdienstleistungen verfügen. Dabei kann es sich um Kenntnisse in modernen Portfoliomanagement, spezifisch auf die Aufgaben im Finanzdienstleistungsbereich zugeschnittene Kompetenzen im Bereich der Finanzökonometrie, Anwendungen im Bereich der Unternehmensfinanzierung, praxisrelevante Kenntnisse über Modelle zur Kundenstruktur von Finanzdienstleistern oder einem anderen aktuell wichtigen Thema handeln. Die Fähigkeit zur Anwendung dieser Kenntnisse auf konkrete Probleme der Praxis von Unternehmen, Finanzdienstleistern und einzelnen Investoren ist das zweite zentrale Lernziel. Schließlich sollen Studierende mit der entsprechenden englischen Fachterminologie vertraut sein.
3	Inhalte Aus den angebotenen Schwerpunkten ist einer zu wählen. Dieser besteht jeweils aus den Teilen a) und b). Es wird mindestens eines der folgenden Paaren von Veranstaltungen angeboten: 1) Asset Management 1a) Asset Management Die klassische Portfoliotheorie stellt einen Ausgangspunkt für Finanzdienstleister dar, bei denen Kunden Kapital anlegen. Ausgehend von dieser klassischen Theorie werden verschiedene alternative Ansätze zur optimalen Kombination risikobehafteter Anlagen vorgestellt. Ferner werden Theorie und Praxis des Asset Management behandelt. Dabei werden auch Konzepte zur Messung des risikoadjustierten Anlageerfolgs vorgestellt. 1b) Asset Management: Applications Die in der Veranstaltung 1a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele, aktueller Anwendungen aus der Unternehmenspraxis und/oder Fallstudien im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen. 2) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister 2a) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister Ökonometrische Analysen spielen eine zentrale Rolle für Finanzdienstleister, zum Beispiel im Risikomanagement, in der Aktien- und Marktanalyse oder bei Hedge Funds. Für solche Analysen wird das nötige Rüstzeug entwickelt. Dabei werden beispielsweise wichtige Quellen für Finanzmarktdaten vorgestellt, stilisierte Fakten von Finanzmarktzeitreihen (Schiefe, Extremwerte) betrachtet, sowie die wichtigsten Methoden der Datenanalyse ausführlich vorgestellt: Zeitreihenanalyse, Querschnittanalyse, Untersuchung von Paneldatensätzen, Ereignisstudien. 2b) Ökonometrische Analysen für Finanzdienstleister: Praxis der Datenanalyse Die in der Veranstaltung 2a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe von Daten aus Fallstudien und/oder zu aktuellen Entwicklungen angewendet, im Detail weiterentwickelt und kritisch verglichen. 3) Advanced Corporate Finance 3a) Advanced Corporate Finance Vor dem Hintergrund asymmetrischer Informationsverteilung werden Einsatz und Bewertung klassischer und komplexer Instrumente der Unternehmensfinanzierung behandelt. Ferner werden besondere Finanzierungsanlässe und -formen wie Gründung, Venture Capital, IPO, Kapitalerhöhung, Fusion usw. und deren Abhängigkeit von den Eigenschaften der realwirtschaftlichen Aktivitäten von Unternehmen analysiert. 3b) Advanced Corporate Finance

	Die in der Veranstaltung 3a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele und/oder Fallstudien in Anwendungen eingesetzt, ggf. weiterentwickelt und kritisch verglichen. 4) Behavioral Finance und Kapitalanlagen 4a) Behavioral Finance und Kapitalanlagen Akteure auf Finanzmärkten verhalten sich nicht immer rational. In dieser Veranstaltung werden Erkenntnisse aus der Behavioral Finance speziell im Hinblick auf Anwendungen im Bereich der Kapitalanlagen untersucht. Dabei stehen einerseits systematische Fehler von Investoren auf Finanzmärkten im Vordergrund, und wie diesen auf Seiten von Finanzdienstleistern und Regulatoren begegnet werden sollte. Andererseits wird gezeigt wie diese Theorien im Investmentbanking zum Teil profitabel genutzt werden können, aber auch Risiken erzeugen. 4b) Behavioral Finance und Kapitalanlagen: Anwendungen Die in der Veranstaltung 4a) vorgestellten Inhalte und Konzepte werden mit Hilfe praktischer Beispiele und/oder Fallstudien in Anwendungen eingesetzt, ggf. Weiterentwickelt und kritisch verglichen. 5) Current Issues in Investments 5a) Current Issues in Financial Markets Es werden aktuelle Entwicklungen und/oder spezielle Themen aus der BWL-Spezialisierung „Finanzdienstleistungen und Finanzinstrumente“ behandelt. Diese können sowohl aus der gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskussion als auch aus aktuellen Entwicklungen an Kapitalmärkten oder bei einzelnen Finanzdienstleistungsunternehmen stammen. 5b) Current Issues in Investment: Problems and Applications Die in der Veranstaltung 5a) behandelten Themen werden durch eine eingehende Analyse aktueller Daten, der wissenschaftlichen und/oder der tagesaktuellen Literatur weiter vertieft.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung 1a), 2a), 3a), 4a): Vorlesung, ggf. mit Lektüreelementen, Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung 1b), 2b), 3b), 4b): Übung mit Aufgaben und/oder Fallstudien, Übung mit Hausarbeit oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten. Lehrveranstaltungen 5a) Vorlesung mit Lektüren, Fallstudien und/oder Übungselementen sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltungen 5b) Übung mit Hausarbeit oder Referate, ggf. ergänzt um Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) oder Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Lehrveranstaltung 1b), 2b), 3b) oder 4b)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

	Prof. Dr. Mark Oliver Rieger/ Prof. Dr. Mark Oliver Rieger und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

BWL-Spezialisierung: „Business- und Dienstleistungsmarketing“

Professur: Weiber

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Business- und Dienstleistungsmarketing“ zählt zu einer der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Marketing. Im Vordergrund dieser Spezialisierung stehen die individualisierte Leistungserstellung und die interaktive Wertschöpfung mit Kunden (Dienstleistungsmarketing) sowie Geschäftspartnern (Business-to-Business-Marketing). Dabei werden nicht nur klassische Dienstleistungsunternehmen aus dem Business-to-Consumer- sowie dem industriellen Business-to-Business-Bereich (Industriegüter-Branche) betrachtet, sondern insbesondere Dienstleistungen als Differenzierungsinstrument im Wettbewerb von Sachgüter produzierenden Unternehmen diskutiert. Darüber hinaus bilden die marktbezogene Analyse von Dienstleistungs-Innovationen primär aus dem Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (Electronic Business) sowie das Management von Geschäftsbeziehungen (Relationship Marketing) einen Schwerpunkt in dieser Spezialisierung. Eine eingehende Beachtung erhalten in diesem Zusammenhang informationstechnische Innovationen sowie die Öffnung der unternehmerischen Innovationsprozesse (sog. Open Innovation) und der damit verbundene Einbezug von Kunden in die unternehmerischen Prozesse. Anwendungs-Bereiche der diesbezüglichen Betrachtungen sind z.B. das Internet (Web 2.0/3.0, Blogs, Wikis; Virtual Communities), Informationstechnologien und der Mobilfunk. Neben der Analyse aktueller und zukunftsgerichteter Herausforderungen für das Marketing werden auch die Auswirkungen der Entwicklungen im Bereich der Informationstechnologien und die damit verbundene Vernetzung zwischen den Marktteilnehmern (corporate und social Networks) auf das Unternehmens- und Marktgeschehen betrachtet (Netzwerkökonomie). Die Spezialisierung vermittelt weiterhin die Kompetenz, aufbauend auf einschlägigen Forschungsergebnissen, Erklärungsmodelle zu entwickeln und mit Hilfe geeigneter multivariater Verfahren (insb. der Kausalanalyse) eigene empirische Untersuchungen zu konzipieren, auszuwerten und sachgerecht zu interpretieren.

Modulname: Electronic Business und Relationship Marketing						
BWL-Spezialisierung: Business- und Dienstleistungsmarketing (A)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersem.	Dauer 1 Semester
		300 h	10			
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Electronic Business und Relationship Marketing		2 SWS / 30 h	70 h	150 Studierende	
	b) Methoden und Modelle im Marketing		4 SWS / 60 h	140 h	150 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen					
Die Studierenden sollen die Bedeutung des <i>Electronic Business</i> (EB) und des <i>Relationship Marketing</i> (RM) für den Unternehmenserfolg erkennen und die Notwendigkeit des Zusammenspiels von EB und RM verstanden haben. In beiden Gebieten sollen die zentralen Lerninhalte (s.u.) und die dabei relevanten Entscheidungstatbestände sowie Gestaltungsoptionen beschrieben, erläutert sowie kritisch reflektiert werden können. Die Studierenden sollen die Besonderheiten und Spielregeln der Netzwerkökonomie verstehen, erläutern und im Vergleich zur „klassischen“ Ökonomie unterscheiden können. Sie sollen in der Lage sein, zu erkennen, unter welchen Bedingungen und auf welchen Märkten die Netzwerkökonomie Gültigkeit besitzt. Weiterhin sollen die Studierenden Problemstellungen aus Wissenschaft und Praxis im Bereich des EB und des RM mit Hilfe konkreter Methoden und Techniken lösen und Lösungsansätze kritisch beurteilen können. Die in der Veranstaltung behandelten Methoden, Techniken und Lösungsansätze sollen auf die Unternehmenspraxis übertragen und beurteilt werden können. Zentrale Forschungsarbeiten aus beiden Gebieten sollen bekannt sein und wissenschaftliche sowie praxisorientierte Beiträge kritisch reflektiert werden können. Durch die Veranstaltung „<i>Methoden und Modelle im Marketing</i>“ sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, aufbauend auf aktuellen Forschungsergebnissen, eigene empirische Untersuchungen zu konzipieren, auszuwerten und sachgerecht interpretieren zu können. Zu diesem Zweck sollen die behandelten Methoden und Modelle erläutert und kritisch reflektiert werden können. Weiterhin sollen die Studierenden erkennen, dass die Methodik der Strukturgleichungsmodellierung immer ein theoretisch oder sachlogisch fundiertes Hypothesensystem erfordert. Hypothetische Konstrukte sollen eigenständig operationalisiert und die entsprechenden Prüfungen mit Hilfe der einschlägigen Methoden unter Verwendung der entsprechenden Softwareprogramme (insb. AMOS und PLS) durchgeführt werden können. Die Unterschiede zwischen dem kovarianzanalytischen und dem varianzanalytischen Ansatz der Kausalanalyse sollen benannt und erläutert werden können. Die Studierenden sollen in der Lage sein, in konkreten Anwendungssituationen begründete Auswahlentscheidungen zwischen alternativen Methoden und Modellen vorzunehmen.						

3	Inhalte Electronic Business und Relationship Marketing: Unter <i>Electronic Business</i> wird hier das Management der Unternehmens- und Marktprozesse unter Rückgriff auf elektronische Systeme (Informationstechnologien) mit dem Ziel der Effektivitäts- und Effizienzsteigerung im Wettbewerb verstanden. Informationen werden als Produktionsfaktor verstanden und die Informationstechnik als zentraler Innovationsmotor der heutigen Wirtschaft erläutert und deren Bedeutung für den Unternehmenserfolg herausgestellt. Den Schwerpunkt der Veranstaltung bilden die interaktive Generierung von Innovationen mit Kunden (Open Innovation; wisdom of crowds) und die Diskussion von geeigneten Marketing- (Interactive Marketing; One-to-one-Marketing) sowie Managementkonzepten. Besondere Beachtung erhält dabei die Unsicherheitsproblematik und die daraus resultierenden Verhaltensimplikationen auf Anbieter- und Nachfragerseite. Mit dem wettbewerbsorientierten Informationsmanagement wird ein Ansatz diskutiert, der es ermöglicht, die über Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK) erzeugten Marktinformationen (z.B. via Internet; Web 2.0/3.0; Ambient Intelligence, Virtual Communities) in Steuerungsinformationen für den unternehmerischen Wertschöpfungsprozess zu übertragen und somit auf Dauer Wettbewerbserfolge im Sinne von Business-Intelligence bzw. Business Excellence zu erreichen. Durch die zunehmende Ausrichtung der Leistungsangebote auf den Einzelkunden weisen diese einen starken „Dienstleistungscharakter“ auf und erfordern zur erfolgreichen Umsetzung ein Relationship Marketing (RM). Die Erläuterung und Diskussion der Aktivitätsschwerpunkte sowie der Implementierungsprobleme im RM bilden deshalb einen weiteren Schwerpunkt der Veranstaltung. Die Veranstaltung schließt mit der Analyse der Auswirkungen von IuK-Innovationen auf die Veränderung der Marktspielregeln und behandelt hier die besonderen Merkmale der sog. Netzwerkökonomie. Die zentralen Themen des Moduls werden anhand von konkreten Beispielen aus Wissenschaft und Praxis erläutert und mittels geeigneter Übungen, Fallstudien und ggf. Gastvorträgen sowie weiterführenden Literaturtexten vertieft. Methoden und Modelle im Marketing: Die Veranstaltung vermittelt die Fähigkeit zur Erstellung von Erklärungs- und Entscheidungsmodellen im Marketing sowie das Wissen zur Beurteilung bestehender Modelle (z.B. Erklärungs-, Positionierungs-, Prognose-Modelle). Unterstützend zur Modellbildung werden weiterhin Methoden der multivariaten Datenanalyse behandelt, mit deren Hilfe empirische Modellbildung sowie Modellprüfung zur verhaltensbezogenen Analyse der Marktparteien (insb. Nachfragerverhalten) möglich sind. Eine besondere Bedeutung wird dabei der Strukturgleichungsmodellierung beigemessen und der Prozess von der Konzeptualisierung hypothetischer Konstrukte bis hin zur empirischen Prüfung von Kausalmodellen mit Hilfe des kovarianzanalytischen (LISREL; AMOS) sowie des varianzanalytischen Ansatzes (PLS) der Kausalanalyse erläutert. Die Veranstaltung wird durch konkrete Übungen mit Hilfe ausgewählter Programmpakete (z.B. Excel; SPSS; LISREL und PLS) vertieft.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben und/oder gecoachtes Selbststudium“ oder „Übung mit Hausarbeit, Referat und ggf. Gruppenarbeiten“
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine

6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit mit Präsentation Prüfungsvorleistung: Ggf. erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung „Methoden und Modelle im Marketing“
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der kooperierenden Fächer (z.B. Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik)
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Rolf Weiber/Univ.-Prof. Dr. Weiber und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Die Teilnahme am Modul setzt grundlegende Kenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre und insb. des Marketing sowie der Marktforschung auf Bachelor-Niveau voraus.

Modulname: Business- und Dienstleistungsmarketing						
BWL-Spezialisierung: Business- und Dienstleistungsmarketing (B)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Sommersem.	Dauer
		300 h	10			1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Business- und Dienstleistungsmarketing I		2 SWS / 30 h		70 h	150 Studierende
			2 SWS / 30 h		70 h	
	b) Business- und Dienstleistungsmarketing II		2 SWS / 30 h		70 h	150 Studierende
	c) Aktuelle Themen					150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen die Bedeutung des <i>Business Marketing</i> (BM) und des <i>Dienstleistungs-Marketing</i> (DLM) für die Unternehmenspraxis erkennen und die für beide Gebiete hohe Bedeutung der Kundenintegration (Customer Integration) verstanden haben. Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede von BM und DLM sollen benannt und begründet erläutert werden können. In beiden Gebieten sollen die zentralen Lerninhalte (s.u.) und die dabei relevanten Entscheidungstatbestände sowie Gestaltungsoptionen beschrieben, erläutert sowie kritisch reflektiert werden können. Weiterhin sollen die Studierenden Problemstellungen aus Wissenschaft und Praxis im Bereich des BM und des DLM mit Hilfe konkreter Methoden sowie Techniken lösen und Lösungsansätze kritisch beurteilen können. Die in der Veranstaltung behandelten Methoden, Techniken und Lösungsansätze sollen auf die Unternehmenspraxis übertragen werden können. Zentrale Forschungsarbeiten aus beiden Gebieten sollen bekannt sein und wissenschaftliche sowie praxisorientierte Beiträge kritisch reflektiert werden können. Durch die Veranstaltung „ <i>Aktuelle Themen</i> “ sollen die Studierenden aktuelle Forschungsarbeiten aus den Gebieten BM und DLM kennen lernen und diese kritisch beurteilen können. In der Diskussion mit anderen Studierenden sollen sie lernen, eigene Einschätzungen zu entwickeln, ihre Beurteilungen zu verteidigen sowie unterschiedliche Standpunkte zu einem Themenfeld zu reflektieren. Weiterhin sollen die Studierenden in der Lage sein, Probleme aus der Unternehmenspraxis des BM und DLM zu beurteilen und eigenständig geeignete Lösungsansätze zu entwickeln.					
3	Inhalte Business- und Dienstleistungsmarketing I und II: Die Veranstaltung zeigt zunächst die Bedeutung des <i>industriellen Business-to-Business</i> (B2B)-Marketing anhand der unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen im Markt auf und stellt die allgemeine Relevanz von <i>Dienstleistungen</i> (DL) für den Unternehmenserfolg heraus. Es werden die Charakteristika von B2B-Geschäften sowie von Dienstleistungen behandelt und einschlägige Erklärungsansätze vorgestellt und diskutiert. Dabei wird die Gemeinsamkeit von Leistungsangeboten im B2B- und DL-Bereich insbesondere anhand der Merkmale „ <i>Leistungsindividualisierung</i> “ und „ <i>Kundenintegration</i> “ herausgearbeitet. Weitere Schwerpunkte der Veranstaltung bilden Erklärungsansätze zum Nachfragerverhalten im B2B- und DL-Bereich sowie die Entwicklung geschäftstypenspezifischer bzw. segmentspezifischer Vermarktungskonzepte (sog. Geschäftstypen-Marketing). Bezogen auf den					

	(individualisierten) Leistungserstellungsprozess und dessen Qualität werden grundlegende Messansätze, Analysemethoden und Steuerungsansätze behandelt. Die Veranstaltung behandelt weiterhin auch grundlegende Fragen der Marketing-Implementierung. Die zentralen Themen des Moduls werden anhand von konkreten Beispielen aus Wissenschaft und Praxis erläutert und mittels geeigneter Übungen, Fallstudien und ggf. Gastvorträgen sowie weiterführenden Literaturtexten vertieft. Aktuelle Themen im Business- und Dienstleistungsmarketing: Es werden aktuelle und/oder spezielle Themen zur BWL-Spezialisierung „Business- und Dienstleistungsmarketing“ behandelt. Die Themenauswahl orientiert sich dabei an zentralen und aktuellen Problemstellungen aus der wissenschaftlichen Literatur sowie der Unternehmenspraxis. Die Themen werden in unterschiedlichen Formen diskutiert (z. B. Übungen mit Aufgaben, Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, Diskussion und Reflektion von Fachbeiträgen). Die Veranstaltung wird i.d.R. in Seminarform durchgeführt.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a) Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): „Übung mit Aufgaben und/oder gecoachtes Selbststudium“ oder „Übung mit Hausarbeit, Referat und ggf. Gruppenarbeiten“ Lehrveranstaltung c): „Übung mit Aufgaben und/oder gecoachtes Selbststudium“ oder „Übung mit Hausarbeit, Referat und ggf. Gruppenarbeiten“
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit mit Präsentation Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme an der Veranstaltung „Aktuelle Themen“
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der kooperierenden Fächer (z.B. Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik).
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Rolf Weiber/Univ.-Prof. Dr. Weiber und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Die Teilnahme am Modul setzt grundlegende Kenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre und insb. des Marketing sowie der Marktforschung auf Bachelor-Niveau voraus.

BWL-Spezialisierung: „Handel und Internationales Marketing-Management“

Professur: Swoboda

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „*Handel und Internationales Marketing-Management*“ ist eine der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich Marketing. Im Vordergrund dieser Spezialisierung stehen einerseits „retailing and distribution services“ und andererseits strategische Entscheidungen international tätiger Unternehmen, mit besonderem Fokus auf Dienstleistungsunternehmen. Erstens werden Wettbewerbsstrategien, Marketingaktivitäten und Wertschöpfungsprozesse in Konsumgüterbranchen behandelt, speziell von Einzelhandels- und Großhandelsunternehmen und von Konsumgüterherstellern sowie Servicedienstleistern (z.B. Logistikunternehmen), inklusive deren Interdependenzen in Wert- bzw. Distributionsketten. Zweitens werden kritischen Entscheidungen bei der Bearbeitung internationaler Absatzmärkte sowie bei der Koordination internationaler Wertschöpfungsaktivitäten thematisiert. Die beiden Module „Retail Management and International Branding“ sowie „Supply Chain Management, International Strategies and Retail Marketing“ umfassen unterschiedliche inhaltliche, theoretische und methodische Zugänge (z.B. managementorientiert, verhaltenswissenschaftlich, ökonomisch) sowie i.d.R. quantitative Forschungsmethoden, gemäß dem internationalem Praxis- und Forschungsstatus.

Modulname: Retail Management and International Branding						
BWL-Spezialisierung: Handel und Internationales Marketing-Management (A)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersem.	Dauer
		300 h	10			1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (zwei sind zu wählen) a) Handelsmanagemen t und b) Internationales Markenmanagement oder c) International (Retail) Management		Kontaktzeit 2 SWS / 15 h 4 SWS / 60 h 2 SWS / 30 h		Selbststudium 145 h 90 h 120 h	geplante Gruppengröße 150 Studierende 50 Studierende 150 Studierende
2	<i>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</i> Studierende sollen nach Abschluss des Moduls „Retail Management and International Branding“ die strategischen Kernentscheidungen des Handels und die aktuellen, empirischen Forschungsansätze zum Internationalen Corporate-Branding oder zum International (Retail) Management kennen. Sie sollen die Unternehmenspraxis und transferorientierte Forschung kritisch bewerten können. Der Fokus des Moduls liegt auf einer spezifischen Dienstleistungsbranche, dem Handel, und zugleich den zum Teil interdependenten Aktivitäten von Konsumgüterunternehmen. Studierende sollen die jeweiligen Inhalte praktisch und theoretisch reflektieren und zugleich auf Basis internationaler Forschungserkenntnisse selbst in empirische Studien überführen können (z.B. Logik der Modellierung, Messung). Sie sollen damit den wissenschaftlichen Status-Quo in den jeweiligen Forschungsfeldern kennen lernen, auch anhand internationaler Zeitschriftenbeiträge aus führenden Journalen. Das Modul besteht je nach Angebot in jedem Jahr aus zwei der drei Veranstaltungen und bereitet die Studierenden auf die folgenden Gruppenarbeiten vor, welche von der Professur stets zu Themen aus Handel und Internationalem Marketing-Management angeboten wird.					
3	Inhalte a) Handelsmanagement Diese Veranstaltung greift das strategische Management in einem Dienstleistungssektor auf, den „Retailing Services“. Sie soll die Besonderheiten der strategischen Dienstleistungserstellung und -vermarktung sowie der Führung im Handel vermitteln und betrachtet daher (institutionell) die Einzelhandels- und ergänzend Großhandels- sowie Außenhandelsunternehmen sowie (funktional) die Handels- und Distributionsfunktion in Unternehmen. In der Praxis werden die Strategien und das Management von Handelsunternehmen auf Grund der fortschreitenden vertikalen, horizontalen und internationalen Verflechtung der Handelstätigkeit zunehmend komplexer. Diese Veranstaltung befähigt die Studierenden zu einer kritischen und praxisorientierten, durch vielfache Beispiele und ausgewählte Fallstudien untermauerten Auseinandersetzung mit derartigen komplexen und strategischen Fragestellungen. Darüber hinaus werden ausgewählte international diskutierte Konzepte, Modelle und Studien zum Handelsmanagement diskutiert. b) Internationales Markenmanagement In dieser Veranstaltung werden in Seminar- bzw. Übungsform zunächst einige Studien					

	z.B. zum (internationalen) Management oder Markenmanagement als Basis behandelt. Auf dieser Basis erfolgt die Diskussion und Vermittlung des Aufbaus und der Modellierung, der Messung latenter Konstrukte und der Datenauswertung. Das Verstehen, die Präsentationen und Diskussionen von Forschungsstudien, basierend auf einem konsequenten Selbststudium der internationalen Literatur – parallel zu den Veranstaltungsterminen –, sind konstitutive Merkmale der Veranstaltung. Die Konstruktionsprinzipien von theoriebasierten konzeptionellen Rahmen sowie die Vorgehensweise bei der empirischen Modellprüfung sollten am Ende weitgehend bekannt sein. Im Vordergrund stehen i.d.R. die Industrie mit Corporate/Product Brands sowie die Dienstleistungsunternehmen mit Corporate Brands. Es dominiert die Methodik, was als Vorbereitung für das Forschungsprojekt oder eine Masterarbeit im Marketing enorm hilfreich ist. c) International (Retail) Management Diese Veranstaltung greift wechselnde Themen des International Business auf, wie die Dynamik der Internationalisierung, die strukturelle, systemische und kulturelle Führung bzw. Koordination internationaler Aktivitäten und/oder die marktorientierten Entscheidungen. Sie ist durch einen spezifischen Anwendungsbezug geprägt, bspw. werden mittelständische Unternehmen oder Handels-/Dienstleistungsunternehmen als Analyseobjekt behandelt. Entweder in Vorlesungs- oder Übungsform werden die Herausforderungen in der Unternehmenspraxis und Erklärungsansätze der Forschung vermittelt. Am Ende der Veranstaltung sollen die wichtigsten Herausforderungen in der Unternehmenspraxis und die wichtigsten Forschungspublikationen zum jeweiligen Thema aus internationalen Zeitschriften bekannt sein.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürekurs und gecoachtem Selbststudium, mit Fallstudien und Gastvorträgen Lehrveranstaltung b): „Seminar“ oder „Übung mit Hausarbeit“, Analyse, Referate und ggf. Gruppenarbeiten über Forschungsstudien (Präsenzpflcht) Lehrveranstaltung c): Vorlesung, Seminar oder Übung mit Lektürekurs und gecoachtem Selbststudium, ggf. mit Referaten, Fallstudien sowie Gastvorträgen (Präsenzpflcht)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) oder Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme (Tests bzw. Vorträge) an Lehrveranstaltung b) und ggf. c) (je nach Angebot im jeweiligen Jahr)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre, Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda /Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Bei Veranstaltung a) sind intensive Selbststudiumssequenzen vorgesehen, die in Teilen den BA-Grundlagen entsprechen. Bei Veranstaltungen b) und ggf. c) besteht Anwesenheitspflicht und meistens die Notwendigkeit Texte in englischer Sprache zu analysieren und vorzutragen.

Modulname: Supply Chain Management, International Strategies and Retail Marketing					
BWL-Spezialisierung: Handel und Internationales Marketing-Management (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (zwei sind relevant) a) Supply Chain Management oder b) Handelsmarketing oder c) International Strategic Marketing oder d) Current Issues in Marketing and Distribution	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 4 SWS / 60 h 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h	Selbststudium 120 h 90 h 120 h 120 h	geplante Gruppengröße 150 Studierende 50 Studierende 150 Studierende 150 Studierende	
2	<i>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</i> Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls „Supply Chain Management, International Strategies and Retail Marketing“ die Grundlagen des konsumorientierten vertikalen Marketing (so der unternehmerischen Dienstleistungsfunktionen Beschaffung, Logistik und Warenwirtschaft sowie der kooperativen Ansätze zwischen Herstellern und Handel) oder Herausforderungen im Rahmen des Handelsmarketing (strategische Gestaltung sowie Kundenwirkung), im Rahmen des Internationalen Marketing oder aktuelle Themen zu Distribution kennen sowie in der Unternehmens- und Forschungspraxis anwenden können. Unternehmensspezifische Dienstleistungsfunktionen sowie eine Dienstleistungsbranche stehen i.d.R. im Vordergrund. Studierende sollen die jeweiligen Inhalte praktisch reflektieren und zugleich auf Basis aktueller internationaler Forschungserkenntnisse selbst grundlegende empirische Studien konzipieren lernen (Bezugsrahmen, Messung und Auswertung). Das Modul besteht je nach Angebot in jedem Jahr aus zwei der vier Veranstaltungen.				
3	Inhalte a) Supply Chain Management Diese Veranstaltung greift die Beziehungen in der Konsumgüterwirtschaft auf, d.h., ausgehend von einer institutionellen Sicht wird unter anderem die Verflechtung von Wertschöpfungsketten (Waren-, Informations-, Finanzströme, Verfügungsrechte) mit Blick auf die Konsumenten, den Wettbewerb und die jeweils vertikalen Partner (Hersteller bzw. Händler) behandelt. Damit stehen Markt-/Supply Chain-orientierte Prozesse sowie Konzepte des Channel-Managements im Vordergrund. Aus unternehmerischer Sicht handelt es sich um Service- bzw. Supply Chain-Aktivitäten (z.B. Einkauf, Logistik, Warenwirtschaft). Die Veranstaltung befähigt die Studierenden zur lösungsorientierten Auseinandersetzung mit entsprechenden Fragestellungen, Konzepten und Methoden. Geplant ist die Einbindung von Unternehmen in geblockten Vortragssequenzen. b) Handelsmarketing In dieser Veranstaltung werden in Übungsform strategische und				

	verhaltenswissenschaftliche Fragen des Handelsmarketing aufgegriffen (d.h. der Marketinginstrumente von Handelsunternehmen) und die Methodik der Modellierung und Messung entsprechender Entscheidungen behandelt. Die vielfachen Handelsmarketinginstrumente werden aus einer strategischen Unternehmens- und einer verhaltenswissenschaftlichen Kundenwirkungsperspektive vermittelt. Das Verstehen, die Präsentationen und Diskussionen von Forschungsstudien in Kleingruppen, basierend auf einem Selbststudium der Literatur, sind konstitutive Merkmale der Veranstaltung. c) International Strategic Marketing Diese Veranstaltung trägt der absatzseitigen unternehmerischen Internationalität Rechnung, die sich – über die produzierenden Unternehmen – zunehmend auch auf Dienstleistungsunternehmen erstreckt. Behandelt werden ausgewählte Herausforderungen und Ansätze, die einen Erklärungsbeitrag zur Internationalisierung leisten. Studierende sollen befähigt werden, die Wettbewerbsstrategien international tätiger Unternehmen kritisch zu reflektieren, wobei aber Fragen des internationalen Marketing im Vordergrund stehen, so Basisentscheidungen zur Marktauswahl, Markteintrittsstrategie, Marktbearbeitung sowie Interdependenzen zwischen diesen Basisentscheidungen. Diese Veranstaltung kann in Übungs- bzw. Fallstudienform oder als Vorlesung angeboten werden. d) Current Issues in Marketing and Distribution Diese Veranstaltung adressiert aktuelle Themen, bspw. bezüglich der marktorientierten Unternehmensführung in Servicebranchen, der Distribution oder der Internationalisierung in produzierenden Unternehmen oder allgemein dem Marketing. Die Diskussion aktueller Herausforderungen in der Unternehmenspraxis ist das konstitutive Merkmal der Veranstaltung, welche auch von Lehrbeauftragten angeboten werden kann.
4	Lehrformen Lehrveranstaltung a): Vorlesung mit Lektürekurs und, ggf. mit Fallstudien, Übungen sowie geblockten Gastvortragssequenzen Lehrveranstaltung b): „Seminar“ oder „Übung mit Hausarbeit“, Analyse, Referate und ggf. Gruppenarbeiten über Forschungsstudien (Präsenzpflcht); ggf. Gastvorträge Lehrveranstaltung c und d): Vorlesung, Seminar oder Übung mit Lektürekurs und gecoachtem Selbststudium, mit Fallstudien sowie Gastvorträgen Lehrveranstaltung (Präsenzpflcht)
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.) <i>oder</i> Hausarbeit mit Präsentationen Die jeweils gültige Prüfungsform wird zu Beginn eines Moduls durch den Veranstalter bekannt gegeben.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur bzw. der Hausarbeit Prüfungsvorleistung: Erfolgreiche Teilnahme an Lehrveranstaltung (Tests bzw. Vorträge) b) oder c) (je nach Angebot im jeweiligen Jahr)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie und Volkswirtschaftslehre, Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda /Univ.-Prof. Dr. Prof. h.c. Bernhard Swoboda und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren , Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen

	Bei Veranstaltungen b) und ggf. c) besteht Anwesenheitspflicht und meistens die Notwendigkeit Texte in englischer Sprache zu analysieren.
--	---

BWL-Spezialisierung:**„Human Resource Management & Personnel Economics“**

Professur: Prof. Dr. Katrin Muehlfeld und Prof. Dr. Laszlo Goerke

Modulname: Organizing Work and Employment Contracts						
BWL-Spezialisierung: Human Resource Management and Personnel Economics						
Kennummer		Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		300 h	10	1. Semester	jedes Wintersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen (LV) 2 LV sind zu wählen a) Arbeit und Organisation in der Wissensökonomie (Organizing Work in the Knowledge Economy) b) Arbeitskontrakte c) Aktuelle Themen der Organisation, Personalwirtschaft und Personalökonomik		Kontaktzeit 2-4 SWS / 30-60 h 2-4 SWS / 30-60 h 2-4 SWS / 30-60 h		Selbststudium 90-120 h 90-120 h 90-120 h	geplante Gruppengröße ca. 150 Studierende ca. 150 Studierende ca. 150 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen am Ende des Moduls einen Überblick über zentrale personalökonomische, kontrakttheoretische und organisationstheoretische Analysemethoden und Theorien erlangt haben und in der Lage sein, Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser Methoden und Ansätze herauszuarbeiten sowie ihre Stärken und Schwächen kritisch zu reflektieren. Zudem sollen sie in der Lage sein, vertiefte Methoden- und Theoriekenntnisse in den Bereichen Human Resource Management, Organisation und Personalökonomik auf praktische Problemfelder und Fälle anzuwenden und kritisch zu beurteilen. Außerdem werden den Studierenden die Methoden vermittelt, deren Kenntnis sie dazu befähigt, sich mit aktuellen Forschungsfragen eigenständig und kritisch auseinander zu setzen. Durch integrierte Übungen wird die Fähigkeit, sich in neue Themengebiete einzuarbeiten sowie die Problemlösungsfähigkeiten der Studierende trainiert.					
3	Inhalt a) Arbeit und Organisation in der Wissensökonomie					

	In der Veranstaltung werden die sich wandelnden Beziehungen zwischen Individuen und Organisationen (Organisationsgrenzen, projektbasierte Organisationsformen, Arbeits- und Beschäftigungsformen), ausgewählte Praktiken des Human Resource Management (z.B. Personalauswahl und -beurteilung, Wissensmanagement), unter besonderer Berücksichtigung der Herausforderungen der Arbeit in wissensintensiven Sektoren analysiert und reflektiert. Den Ausgangspunkt für diese Analyse liefert ein Überblick über aktuelle Entwicklungen der sozial- und verhaltenswissenschaftlichen Arbeits- und Organisationsforschung (z.B. Soziologischer Institutionalismus, Organisationale Lernforschung). Die zentralen Themen der Veranstaltung werden anhand von konkreten Praxisbeispielen (z.B. Beratung, IT Services, Gesundheitswesen) erläutert und mittels geeigneter Übungen vertieft. b) Arbeitskontrakte Die Veranstaltung analysiert Arbeitskontrakte aus ökonomischer Perspektive. Ausgangspunkt stellt die Vermittlung vertiefter Kenntnisse der Personal- und Organisationsökonomie dar. Ausgewählte personalwirtschaftliche Entscheidungsfelder (z. B. Anreizgestaltung, Rekrutierung, Bildungsinvestitionen) werden anhand aktueller mikroökonomischer Forschungsarbeiten behandelt. Anhand von geeigneten Indikatoren (z.B. Arbeitszufriedenheit, Fehlzeiten, Kündigungsabsichten) werden zudem die möglichen Implikationen unternehmerischer Entscheidung aus Sicht des Personals betrachtet. Die zentralen Themen des Moduls werden anhand von konkreten Beispielen aus Wissenschaft und Praxis erläutert und mittels geeigneter Übungen und ggf. Fallstudien vertieft. c) Aktuelle Themen der Organisation, Personalwirtschaft und Personalökonomik Diese Veranstaltung behandelt ausgewählte Themen aus den Bereichen Organisation und Personalwirtschaft und der Personalökonomik. Ziel ist es, Kenntnisse über aktuelle Forschungsthemen zu vermitteln und die dort verwendeten Modelle und Methoden darzustellen. Die Fokussierung auf forschungsnahe Fragestellungen erlaubt es, die Studierenden an aktuelle Themen heranzuführen und verstärkt Wissensgrundlagen für das Master-Forschungsprojekt zu entwickeln.
4	Lehrformen a) Vorlesung, Übungen, Gastvorträge aus der Praxis, angeleitetes Selbststudium, Referate und Gruppenarbeiten b) Vorlesung, Übungen, Gastvorträge aus der Praxis, angeleitetes Selbststudium, Referate und Gruppenarbeiten c) Vorlesung, Übungen, Gastvorträge aus der Praxis, angeleitetes Selbststudium, Referate und Gruppenarbeiten
5	Teilnahmevoraussetzungen keine
6	Prüfungsformen Klausur oder schriftliche Ausarbeitung.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Prüfungsleistungen. Gegebenenfalls zusätzliche Prüfungsvorleistung: Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
8	Verwendung des Moduls Anrechenbar im Master Européen en Sciences du Travail (MEST) (siehe auch Anmerkungen)

	unter Sonstige Informationen). Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Psychologie, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Politikwissenschaften, Medienwissenschaften und Wirtschaftsinformatik.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Laszlo Goerke und Mitarbeiter/ innen; Prof. Dr. Katrin Muehlfeld und Mitarbeiter/innen; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Studierende, die am Master Européen en Sciences du Travail (MEST) teilnehmen, studieren innerhalb der Spezialisierung „HRM and Personnel Economics“ eines der beiden Module an einer der Partneruniversitäten des MEST-Netzwerks im europäischen Ausland. Hinweis: Die zwei gewählten Lehrveranstaltungen sind gemeinsam zu belegen.

Modulname: International HRM and Personnel Economics						
BWL-Spezialisierung: Human Resource Management and Personnel Economics						
Kennummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a1) Theory/Research Seminar “International Human Resource Management and Comparative Industrial Relations” zusammen mit a2) Case Study Seminar “International Human Resource Management and Comparative Industrial Relations” oder b1) Lektürekurs/ Übung “Aktuelle Themen der Personalökonomik“ (Reading course: Topics in Personnel Economics) zusammen mit b2) Seminar “Personalökonomik“ (Research Seminar Personnel Economics)		Kontaktzeit 2-4 SWS / 30-60 h 2-4 SWS / 30-60 h 2-4 SWS / 30-60 h	Selbststudium 90-120 h 90-120 h 90-120 h 90-120 h	geplante Gruppengröße ca. 30 Studierende ca. 30 Studierende ca. 30 Studierende ca. 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sollen am Ende des Moduls auf der Basis vertiefter Kenntnisse des institutionellen Kontextes ausgewählter Länder ein Grundverständnis für die institutionelle Einbettung und die daraus resultierenden nationalen Unterschiede des Human Resource Management erlangt haben. Einen besonderen Schwerpunkt stellt hierbei der europäische Wirtschaftsraum dar. Studierende					

	sollen in der Lage sein, die institutionellen Kontexte ausgewählter Länder sowie Entwicklungen auf europäischer Ebene zu erläutern und zu vergleichen, diese Kenntnisse auf praktische Anwendungsfälle des internationalen Human Resource Managements zu übertragen und Lösungsansätze kritisch zu beurteilen. Den Studierenden werden die inhaltlichen und methodischen Kenntnisse vermittelt, sich eigenständig anhand von Veröffentlichungen in Fachorganen mit aktuellen Forschungsfragen auseinander zu setzen. Hierfür lernen die Studierenden, sich selbständig relevante Literatur und weitere Informationsquellen zu erschließen und diese auszuwerten. Im Rahmen von Präsentationen und eigenen schriftlichen Arbeiten lernen die Studierenden ihre Ergebnisse schriftlich und im Gespräch zu präsentieren. Die Studierenden lernen, durch die Bearbeitung von Fallstudien angeeignetes Wissen problemorientiert und entscheidungsorientiert anzuwenden. Die Fallstudienbearbeitung fördert die Fähigkeit, relevante Informationen aus einer Vielzahl von Daten herauszufiltern, diese Informationen zu verdichten und die zugrundeliegenden komplexen Zusammenhänge zu strukturieren.
3	Inhalte a1) und a2): International Human Resource Management Ausgangspunkt sind Kernprobleme des HRM multinationaler Unternehmen, wie z.B. das Management interkultureller Teams, Expatriation, der nationale bzw. kulturelle Grenzen überschreitende Transfer von HRM Praktiken und Legitimitätsfragen. Dieses internationale HRM ist eingebettet in eine Mehrzahl von nationalen institutionellen Kontexten (z.B. Business Systems, Arbeitsmarkt, Sprache), deren Bedeutung für das internationale HRM herausgearbeitet wird. Die institutionellen Rahmenbedingungen des HRM in ausgewählten Ländern werden verglichen und es wird diskutiert, inwiefern sich nationale HRM Praktiken und Institutionen durch Globalisierungstendenzen und dominante Akteure angleichen und inwiefern sich lokale bzw. nationale Lösungen behaupten. Die Themen werden in unterschiedlicher Form analysiert, wobei in Veranstaltung a2) die Bearbeitung und Diskussion von Fallstudien sowie Übungen mit Aufgaben im Mittelpunkt stehen. Zentrales Merkmal ist die umfangreiche und eigenständige Beteiligung der Studierenden. b1 und b2): Personnel Economics In dieser interaktiven Veranstaltung werden aktuelle Themen aus der Personalökonomik mit besonderem Augenmerk auf die industriellen Beziehungen in Europa untersucht. Die Themenauswahl orientiert sich dabei an zentralen und aktuellen Problemstellungen aus der wissenschaftlichen Literatur. Die Themen werden in unterschiedlichen Formen analysiert. Zentrales Merkmal aller Veranstaltungsformen ist die umfangreiche und eigenständige Beteiligung der Studentinnen und Studenten. Die Themenauswahl umfasst unter anderem Fragen der Entlohnung, der Ausgestaltung von Arbeitsverträgen, der Wirkung von und des Umgangs mit institutionellen und rechtlichen Beschränkungen und der Heterogenität von Arbeitskräften.
4	Lehrformen a1) Seminar mit Hausarbeiten, Vorlesungselemente, Übungen, Literaturanalysen, Selbststudium, Referate und Gruppenarbeiten, angeleitetes Selbststudium a2) Seminar mit Vorträgen, Übungen, Fallstudien, Gastvorträgen aus der Praxis, Referaten und Gruppenarbeiten, angeleitetes Selbststudium

	b1) Seminar mit Hausarbeiten, Vorträgen, Literaturanalysen, Referaten, Präsentationen und Gruppenarbeiten sowie angeleitetem Selbststudium b2) Seminar mit Hausarbeiten, Vorträgen, Literaturanalysen, Referaten, Präsentationen und Gruppenarbeiten sowie angeleitetem Selbststudium
5	Teilnahmevoraussetzungen Kenntnis der Inhalte des Moduls „Organizing Work and Employment Contracts“
6	Prüfungsformen Klausur oder schriftliche Ausarbeitung und prüfungsrelevante Studienleistung (Anteil 25%).
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Prüfungsleistungen. Gegebenenfalls zusätzliche Prüfungsvorleistung: Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.
8	Verwendung des Moduls Anrechenbar im Master Européen en Sciences du Travail (MEST) (siehe auch Anmerkungen unter Sonstige Informationen).
9	Stellenwert der Note für die Endnote Jeweils 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Laszlo Goerke und Mitarbeiter/ innen; Prof. Dr. Katrin Muehlfeld und Mitarbeiter/innen; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Studierende, die am Master Européen en Sciences du Travail (MEST) teilnehmen, studieren innerhalb der Spezialisierung „HRM and Personnel Economics“ eines der beiden Module an einer der Partneruniversitäten des MEST-Netzwerks im europäischen Ausland. Die jeweilige Sprache gilt für alle Elemente der betreffenden Veranstaltung: Vorträge und Seminarveranstaltungen, Veranstaltungsunterlagen sowie Prüfung. Hinweis: Es sind entweder die Lehrveranstaltungen a1) und a2) zusammen oder die Veranstaltungen b1) und b2) gemeinsam zu belegen.

BWL-Spezialisierung: „Revisions- und Treuhandwesen“

Professur: N.N. (Nachfolge Olbrich)

Kurzcharakterisierung und Einordnung:

Die BWL-Spezialisierung „Revisions- und Treuhandwesen“ zählt zu einer der beiden Spezialisierungsmöglichkeiten im Bereich *Rechnungswesen/Steuern*. Im Vordergrund dieser Spezialisierung stehen die externe Unternehmensrechnung und ihre Prüfung sowie die Unternehmensbewertung. Dabei werden die handelsrechtliche und internationale Rechnungslegung insbesondere dienstleistender Unternehmen und Konzerne und ihre Revision von seiten des Wirtschaftsprüfers diskutiert. Im Rahmen der Unternehmensbewertung werden die verschiedenen Schulen und Methoden der Bewertungstheorie analysiert. Aufbauend auf den Grundlagen der Wertlehre werden die Besonderheiten der Bewertung von Dienstleistungsunternehmen erörtert.

Modulname: Rechnungslegung der Unternehmung						
BWL-Spezialisierung: Revisions- und Treuhandwesen (A)						
Kennummer		Workload	Credits	Studien-semester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersem.	Dauer
		300 h	10			1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit		Selbststudium	geplante Gruppengröße
	a) Internationale Rechnungslegung I		2 SWS / 30 h		70 h	150 Studenten
	b) Konzernrechnungslegung nach HGB		2 SWS / 30 h		70 h	150 Studenten
	c) Internationale Rechnungslegung II		2 SWS / 30 h		70 h	150 Studenten
	d) Rechnungslegung im Finanzdienstleistungssektor		2 SWS / 30 h		70 h	150 Studenten
	e) Aktuelle Rechnungslegungsfragen		2 SWS / 30 h		70 h	30 Studenten
2	Lernergebnisse / Kompetenzen Die Studenten sollen die Konzernrechnungslegung nach HGB und die Rechnungslegung nach IFRS kennen, in einen bilanztheoretischen Kontext einbetten können und für ihre Besonderheiten bei Dienstleistungsbetrieben sensibilisiert sein. Die Studenten sollen die Rechnungslegungsregeln dabei nicht nur beherrschen, sondern auch einer betriebswirtschaftlichen Rechtskritik unterziehen und alternative Rechnungslegungsvorschläge entwerfen können.					
3	Inhalte Internationale Rechnungslegung I: Die Veranstaltung betrachtet die Inhalte der Rechnungslegung nach IFRS, d.h. Rahmenkonzept, Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsregeln sowie Abschlussbestandteile. Erörtert werden sowohl Möglichkeiten der Abschlusspolitik aus Sicht der bilanzierenden Unternehmung als auch Ansätze der Abschlussanalyse von Seiten des Bilanzlesers. Des Weiteren werden die Zielsetzungen und Bestandteile der internationalen Rechnungslegung in einen bilanztheoretischen Kontext eingebettet und beurteilt. Dabei erfolgt eine Bewertung der Rechensysteme sowohl vor dem Hintergrund der statischen, dynamischen und organischen Theorie als auch mit Hilfe von Ansätzen der Entscheidungs-, Investitions- und Bewertungstheorie. Zur Betonung des Schwerpunkts des Masterstudiengangs erfolgt die Analyse insbesondere anhand dienstleistungsrelevanter Inhalte, wie z.B. IAS 11, IAS 20, IAS 38. Konzernrechnungslegung nach HGB: Die Veranstaltung betrachtet die Inhalte der handelsrechtlichen Konzernrechnungslegung, d.h. Rechnungslegungspflicht, Stufenkonzept, Konsolidierungsregeln sowie Abschlussbestandteile. Erörtert werden sowohl Möglichkeiten der Abschlusspolitik aus Sicht der bilanzierenden Unternehmung als auch Ansätze der Abschlussanalyse von Seiten des Bilanzlesers. Des Weiteren werden die Zielsetzungen und Bestandteile der Konzernrechnungslegung in einen					

	bilanztheoretischen Kontext eingebettet und beurteilt. Zur Betonung des Schwerpunkts des Masterstudiengangs erfolgt die Analyse insbesondere anhand dienstleistungsrelevanter Inhalte, wie z.B. die Abbildung immaterieller Vermögenspositionen des Konzerns und die Konsolidierung von Dienstleistungsverflechtungen zwischen einzelnen Konzernunternehmungen. Internationale Rechnungslegung II: Die Veranstaltung widmet sich ausgesuchten, vornehmlich dienstleistungsbezogenen Spezialfragen der IFRS, wie der Abbildung von Leasinggeschäften, Langfristaufträgen und Forschung & Entwicklung. Gegenstand sind dabei die Diskussion aktueller Praxisprobleme und ihre theoretische Durchdringung. Rechnungslegung im Finanzdienstleistungssektor: Die Veranstaltung untersucht die Problemstellungen, die sich bei der handelsrechtlichen und internationalen Rechnungslegung von Finanzdienstleistungsunternehmen, hier namentlich Banken und Versicherungen, ergeben. Aktuelle Rechnungslegungsfragen: Inhalte der Veranstaltung sind die Analyse und kritische Diskussion ausgewählter Fragestellungen des externen Rechnungswesens, die in der aktuellen wissenschaftlichen Auseinandersetzung und/oder in der berufsständischen Praxis einen herausgehobenen Stellenwert haben.
4	Lehrformen a), b), d) Vorlesungen, Lektürenkurs, Übungen, Gastvorträge; c) Übung; e) Seminar
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Bei Wahl von zwei Veranstaltungen aus dem Spektrum b), c), d) Klausur (120 Min.) über a) und die beiden gewählten Veranstaltungen. Bei Wahl von e) erfolgreiches Bestehen einer Hausarbeit und/oder Präsentation, im Anschluss Klausur (120 Min.) über a) und die eine gewählte Veranstaltung aus dem Spektrum b), c), d).
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur Prüfungsvorleistung: Bei Wahl von e) Bestehen einer Hausarbeit und/oder Präsentation
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N.N./N.N. und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen Zu belegen sind die Pflichtveranstaltung a) sowie zwei der Wahlveranstaltungen b), c), d), e). Die Pflichtveranstaltung wird jedes Wintersemester angeboten. Aus den Wahlveranstaltungen werden mindestens zwei jedes Wintersemester angeboten.

Modulname: Prüfung und Bewertung der Unternehmung					
BWL-Spezialisierung: Revisions- und Treuhandwesen (B)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	300 h	10	2. Semester	jedes Sommersem.	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	a) Prüfungstheorie	2 SWS / 30 h	120 h	150 Studenten	
	b) Bewertungstheorie	4 SWS / 60 h	90 h	150 Studenten	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	Die Studenten sollen die Struktur und die Abläufe der Abschlussprüfung und einzelner Sonderprüfungen kennen und anhand theoretischer Ansätze, z.B. auf Basis risikotheoretischer Modelle, analysieren können. Sie sollen erkennen, dass die Revision von Dienstleistungsbetrieben mit bestimmten Spezialproblemen einhergeht, denen sich der Prüfer stellen muss. Des Weiteren sollen die Studenten fähig sein, Fragen der Bewertung der Unternehmung sowohl für den Fall des vollkommenen als auch des unvollkommenen Kapitalmarkts zu beantworten. Sie sollen die verschiedenen Funktionen und Methoden der Unternehmungsbewertung beherrschen und wissen, welche Partial- und Totalmodelle besonders geeignet sind, die Spezifika von Dienstleistungsbetrieben bei der Bewertung widerzuspiegeln.				
3	Inhalte				
	Prüfungstheorie: Ausgehend von der gesetzlichen Stellung und den Pflichten des Wirtschaftsprüfers arbeitet die Veranstaltung die strukturellen Bestandteile und Ablaufschritte der Abschlussprüfung heraus. Darauf aufbauend wird eine theoriegestützte Analyse der Prüfung vollzogen, wofür u.a. Konzepte der Agenturtheorie, der Systemtheorie und der Verhaltenswissenschaften herangezogen werden. Dabei wird die Rolle des Prüfers auch in den Gesamtzusammenhang der Unternehmungsverfassung eingeordnet und kritisch hinterfragt. Neben der Abschlussprüfung werden darüber hinaus ausgesuchte Sonderprüfungen, wie im Falle der Gründung, Umstrukturierung und Auflösung der Unternehmung, erörtert und prüfungstheoretisch analysiert. Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt dabei grundsätzlich auf der Prüfung von Dienstleistungsbetrieben, deren spezifische Eigenarten den Prüfer vor besondere Herausforderungen stellen (z.B. Prüfung der Fortführungsprämisse, Gründungsprüfung und Sacheinlagen, Prüfung aktivierter Entwicklungskosten).				
	Bewertungstheorie: Die Veranstaltung widmet sich der Bewertung der Unternehmung sowohl im vollkommenen als auch unvollkommenen Kapitalmarkt. Dabei werden die Entscheidungs-, Schieds- und Argumentationsfunktion herausgearbeitet und Grundsätze ordnungsmäßiger Unternehmungsbewertung im Kontext ausgesuchter Bewertungsanlässe, wie Kauf/ Verkauf und Fusion/Spaltung, diskutiert. Darauf aufbauend erfolgen eine Darstellung und kritische Beurteilung der Methoden der Unternehmungsbewertung. In diesem Zusammenhang werden insbesondere Modelle zur Bewertung von Dienstleistungsunternehmen, wie z.B. Multiplikator- und Realoptionsverfahren, diskutiert und auf ihre Eignung zur Ermittlung von Entscheidungs-, Arbitrium- und Argumentationswerten hin überprüft.				

4	Lehrformen Vorlesung mit Lektürenkurs und ggf. Fallstudien, Übungen sowie Gastvorträgen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulklausur Prüfungsvorleistung: keine
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Exportmodul der BWL an die Masterstudiengänge der Fächer Mathematik, Wirtschaftsinformatik, Soziologie, Volkswirtschaftslehre, Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Psychologie.
9	Stellenwert der Note für die Endnote 10/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende N.N./N.N. und Mitarbeiter; ggf. Honorarprofessoren, Lehrbeauftragte und Gastreferenten
11	Sonstige Informationen