

Inhalt

Bereich: Arbeitspsychologie	3
Modul: Arbeitspsychologie I	3
Modul: Arbeitspsychologie II	5
Bereich: Arbeitspsychologie + Organisationspsychologie	7
Modul: Arbeits- & Organisationspsychologie.....	7
Bereich: Marktpsychologie.....	9
Modul: Marktpsychologie I	9
Modul: Marktpsychologie II	11
Modul: Marktpsychologie III	13
Bereich: Organisationspsychologie	15
Modul: Organisationspsychologie I	15
Modul: Organisationspsychologie II	17
Bereich: Übergreifende Psychologische Module	19
Modul: Ätiologie und Therapie psychischer Störungen(V1 KPP)	19
Modul: Multivariate Verfahren	21
Modul: Stress	23
Bereich: Wissenschaft & Praxis der Wirtschaftspsychologie	25
Modul: Wissenschaft und Praxis I (Testkonstruktion 1).....	25
Modul: Wissenschaft und Praxis II (Testkonstruktion 2 u.a.m.).....	27
Modul: Wissenschaft und Praxis III (Kolloquium)	29
Modul: Wissenschaft und Praxis IV (Projektseminar) Fehler! Textmarke nicht definiert.	
Bereich: Zusätzliche Module	32
Modul: Berufspraktische Tätigkeit	32

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

Modul: Masterarbeit	34
ANHANG	36
Studienverlaufsplan M. Sc. Wirtschaftspsychologie	36

Bereich: Arbeitspsychologie					
Modul: Arbeitspsychologie I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
A - 1	180 h	6	2	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	50%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
	Seminar	50%	2 SWS/30 h	60 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Die Studierenden erwerben Kenntnisse von Methoden, Theorien und Ergebnissen der Arbeitspsychologie (einschließlich deren Anwendung) sowie Techniken des Wissenserwerbs, der Präsentation, Moderation und Kommunikation.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Besseres Verständnis von den Auswirkungen der Arbeit auf den Menschen und vom Menschen auf die Arbeit.				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Zusammenfassung, Bewertung und Vermittlung von arbeitspsychologischen Theorien und empirischen Forschungsergebnissen.				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Über sich selbst bei Arbeitshandlungen reflektieren.				
3	Inhalte				
	Das Modul besteht aus der Vorlesung (2 SWS) und einem vertiefenden Seminar. Dieses Modul beinhaltet die Vermittlung von Grundlagen zum psychologischen Verständnis von Arbeitshandlungen und der wechselseitigen Beeinflussung von Mensch und Arbeit. Wesentliche theoretische Positionen und methodische Vorgehensweisen der Arbeitspsychologie sollen vermittelt werden.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

4	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul besteht aus einer Vorlesung und einem thematisch begleitenden Seminar. Die Vorlesung stellt die Modulinhalte im breiten Überblick und in den Bezügen zu anderen Teilgebieten der Sozial- und Wirtschaftspsychologie vor. Die Studierenden bereiten für die Begleitseminare jeweils anhand vorgegebener Veröffentlichungen zum Thema eine Einführung vor, die den Bezug zum Rahmenthema deutlich macht und die spezielle Herangehensweise der jeweiligen Autorinnen und Autoren herausarbeitet. Außerdem kann die Darstellung vertiefender Literatur durch Referate erfolgen. Besonderer Wert wird auf interaktive Veranstaltungselemente gelegt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)</p> <p>Inhaltlich: Ein Modul zu den Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Für die Bewertung des Moduls werden die Klausur der Vorlesung und die Bewertung der Präsentationen der Studierenden in dem Seminar herangezogen. Die Ergebnisse aus den zwei Veranstaltungen werden gemittelt.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Dormann</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Arbeitspsychologie					
Modul: Arbeitspsychologie II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
A - 2	90 h	3	3	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Seminar	100%	2 SWS/30 h	60 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Die Studierenden erwerben vertiefte und forschungsorientierte Kenntnisse von Methoden, Theorien und Ergebnissen der Schnittstelle von Arbeits- und Sozialpsychologie (sowie deren Anwendung) <input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: <input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Kenntnisse und Fähigkeit zur wissenschaftlichen Analyse und Bewertung von Arbeit. <input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:				
3	Inhalte Das Modul besteht aus einem Seminar, welches aus zwei angebotenen Alternativseminaren ausgewählt werden kann. In diesem Modul soll insbesondere die Einheit von Forschung und Lehre realisiert werden. Dazu werden die angebotenen Lehrveranstaltungen an aktuelle Forschungsarbeiten der beteiligten Modulverantwortlichen oder aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen angegliedert. Dies kann zum Beispiel Themen wie die methodische Probleme der arbeitspsychologischen Stressforschung, Persönlichkeitsförderlichkeit von Arbeitsbedingungen, Handlungsregulation u. a.m. umfassen.				
4	Lehrformen Das Modul besteht aus einem Seminar, welches aus zwei angebotenen Alternativseminaren ausgewählt werden kann.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss) Inhaltlich: Das Modul setzt erweiterte Grundkenntnisse der Arbeits- und Sozialpsychologie voraus.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

6	Prüfungsformen Die Bewertung des Moduls ergibt sich zu 50% aus der Bewertung der Präsentationen und zu 50% aus schriftlichen Leistungen.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dormann und Bierhoff/NF
11	Sonstige Informationen

Bereich: Arbeitspsychologie + Organisationspsychologie					
Modul: Arbeits- & Organisationspsychologie					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
AO - 1	90 h	3	1	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	100%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Vermittelt werden den Studierenden die über die Grundlagen hinausgehenden wichtigen Themenfelder der Arbeits- & Organisationspsychologie.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: <input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: <input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:				
3	Inhalte				
	In dem Modul werden die zentralen Themen und Anwendungsbereiche der Arbeits- und Organisationspsychologie vermittelt. Neben den inhaltlichen Kernthemen und deren Umsetzungsmöglichkeiten werden auch angrenzende Bereiche aus Nachbarfächern (z. B. Soziologie, Betriebswirtschaftslehre, Arbeitswissenschaften) und die historische Entwicklung betrachtet.				
4	Lehrformen				
	Das Modul besteht aus einer Vorlesung, die durch die Nutzung des E-Learning Systems der Ruhr-Universität unterstützt wird.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)				
6	Prüfungsformen				
	Die Vorlesung schließt mit einer Klausur ab.				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Regelmäßige Teilnahme und Bestehen der Klausur.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie und im M.Sc. Klinische Psychologie und im M.Sc. Psychologie und kognitive Neurowissenschaft angeboten.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dormann
11	Sonstige Informationen

Bereich: Marktpsychologie					
Modul: Marktpsychologie I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M - 1	150 h	5	1	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	67%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
	Übung/ Seminar/ Fallstudie	33%	1 SWS/15 h	45 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Einblick in die Grundlagen des Marketings und insbesondere des Dienstleistungs- und Vertriebsmarketing. Verständnis der Herausforderungen, die Dienstleistungen an den Marketingmix stellen. Einblick in das Konzept der Dienstleistungsqualität. Einblick in Erfolgsfaktoren eines systematischen Vertriebsmanagements. Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse, Englischkenntnisse				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Rhetorik/sprachliche Kompetenz, Teamarbeit/Teamfähigkeit				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: analytisches und logisches Denken, Literaturrecherche und Dokumentation				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Selbständiges Lernen/Arbeiten, Projekt-/Zeitmanagement, Kritikfähigkeit				
3	Inhalte				
	Dieses Modul gibt einen Einblick in die Grundlagen des Marketings und insbesondere des Dienstleistungs- und Vertriebsmarketings. Insbesondere werden verschiedene Dienstleistungstypologien, die marketingstrategische Bedeutung von Dienstleistungen sowie die Besonderheiten von Dienstleistungen im Hinblick auf klassische Komponenten des Marketingmixes vertieft. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Ansätze zum Management, zur Messung und zur Beeinflussung der Dienstleistungsqualität. Des Weiteren werden Erfolgsfaktoren eines systematischen Vertriebsmanagements beleuchtet.				
4	Lehrformen				
	Das Modul besteht aus einer Vorlesung und/oder einem begleitenden Seminar oder einer Fallstudie				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

5	Teilnahmevoraussetzungen B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)
6	Prüfungsformen Für die Bewertung des Moduls werden die Klausur der Vorlesung bzw. die Bewertung der Präsentationen der Studierenden in dem Seminar herangezogen.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Wieseke und Assistenten (Lehrstuhl für angewandte Betriebswirtschaftslehre IV (Marketing))
11	Sonstige Informationen

Bereich: Marktpsychologie					
Modul: Marktpsychologie II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M - 2	150 h	5	2	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	67%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
	Übung/Seminar	33%	1 SWS/15 h	45 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Einblick in die Grundlagen des Marketings und insbesondere des Marketing Managements. Überblick über die bedeutsamsten Marketing Instrumente und deren Anwendung. Kenntnis und Anwendung der grundlegenden statistischen Methoden in der Marktforschung.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Teamarbeit/Teamfähigkeit				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: analytisches und logisches Denken				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Selbständiges Lernen/Arbeiten, Kritikfähigkeit				
3	Inhalte				
	Schaut man in die Geschäftsberichte großer internationaler Unternehmen, wird neben dem Ziel der Wertorientierung zumeist auch das Ziel der Markt- und Kundenorientierung vorgegeben. Dieses zu erreichen ist Aufgabe des Marketing im Unternehmen. Im Sinne einer Querschnittsfunktion müssen alle Unternehmensprozesse auch daraufhin geprüft werden, inwieweit sie den Kundennutzen steigern. Von der Forschung und Entwicklung bis zur Logistik sind die Kundenbedürfnisse ein bedeutsamer Maßstab für das unternehmerische Handeln. Dieses umfassende Marketingverständnis wird in dem Modul vermittelt. Es werden die Entscheidungen diskutiert, die im Rahmen einer wirklichen marktorientierten Führung zu treffen sind. Da ein Großteil der Analysearbeit heutzutage nur mit statistischen Methoden zu bewältigen ist, wird zudem ein Grundstock an Wissen in den gängigsten statistischen Methoden vermittelt.				
4	Lehrformen				
	Das Modul besteht aus einer Vorlesung und/oder einem Seminar.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)</p> <p>Inhaltlich: Kenntnisse von „Statistik I“, „Statistik II“ und „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Für die Bewertung des Moduls werden die Klausur der Vorlesung bzw. die Bewertung der Präsentationen der Studierenden in dem Seminar herangezogen.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Wieseke und Assistenten (Lehrstuhl für angewandte Betriebswirtschaftslehre IV (Marketing))</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Marktpsychologie					
Modul: Marktpsychologie III					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M - 3	150 h	5	3	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	67%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
	Übung/Seminar	33%	1 SWS/15 h	45 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Kenntnis unterschiedlicher Theorien / Ansätze des Marketings bzw. B2B-Marketings und Luxusgütermarketings <input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: <input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: analytisches und logisches Denken <input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Selbständiges Lernen/Arbeiten, Kritikfähigkeit				
3	Inhalte				
	Ein besonderer Fokus wird auf die Theorien des Marketings bzw. B2B-Marketings und Luxusgütermarketings gelegt. Ökonomische und Verhaltenswissenschaftliche Theorien bilden die Basis für ein tiefes Marketingverständnis. Fokus dieser Veranstaltung können daher sein die grundlegende Verhaltenstheorien und die Entwicklung ökonomischer Theorien vom Homo Oeconomicus bis hin zur Marktprozessstheorie und zur neuen Institutionenökonomie, die Grundlagen des B2B-Marketings und die Grundlagen des Luxusgütermarketings. Ergänzt werden diese Inhalte um Grundlagen der Wissenschaftstheorie, um die Fähigkeit zu einem kritischen Umgang mit diesen Inhalten zu ermöglichen.				
4	Lehrformen				
	Das Modul besteht aus einer Vorlesung und/oder einem Seminar.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)</p> <p>Inhaltlich: Kenntnisse von „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre.“ Grundlegende Marketingkenntnisse.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Für die Bewertung des Moduls werden die Klausur der Vorlesung bzw. die Bewertung der Präsentationen der Studierenden in dem Seminar herangezogen.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Wieseke und Assistenten (Lehrstuhl für angewandte Betriebswirtschaftslehre IV (Marketing))</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Organisationspsychologie					
Modul: Organisationspsychologie I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
O - 1	180 h	6	2	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	50%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
	Seminar	50%	2 SWS/30 h	60 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Die Studierenden erwerben Kenntnisse von Methoden, Theorien und Ergebnissen der angewandten Sozialpsychologie im organisationalen Kontext und deren Anwendung sowie Techniken des Wissenserwerbs, der Präsentation, Moderation und Kommunikation.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Besseres Verständnis von der Dynamik sozialer Situationen, Analyse konkreter sozialer Situationen, Nachvollziehen des Verlaufs der Gruppenbildung von der Entstehung bis zur Auflösung von Gruppen, Transparentmachen der den Phasen entsprechenden Probleme, Konflikte und Entwicklungen.				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Zusammenfassung, Bewertung und Vermittlung von sozialpsychologischen Theorien und empirischen Forschungsergebnissen.				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Sich selbst in soziale Situationen einbringen und über die eigene Rolle reflektieren.				
3	Inhalte				
	Das Modul besteht aus der Vorlesung (2 SWS) und einem vertiefenden Seminar. Dieses Modul beinhaltet die Vermittlung von Grundlagen zum Verständnis von sozialen Situationen unter besonderer Berücksichtigung von Organisationen. Im Einzelnen lässt sich ein methodischer Teil von einem inhaltlichen Teil unterscheiden. Der methodische Teil umfasst sowohl Erfassungsverfahren von Prozessen in Dyaden und größeren Gruppen, als auch die Auswertung auf individueller und auf Gruppenebene. Der inhaltliche Teil umfasst wahlweise Kommunikation, Innovation, Gruppenleistung, Gruppendynamik und Führung sowie gruppenorientierte Interventionstechniken. In diesem Zusammenhang können auch Gruppen in Organisationen (wie Qualitätszirkel, Projektgruppen, teilautonome Arbeitsgruppen) berücksichtigt werden.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

4	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul besteht aus einer Vorlesung und einem thematisch begleitenden Seminar, welches aus zwei angebotenen Seminaren ausgewählt werden kann. Die Vorlesung stellt die Modul Inhalte im breiten Überblick und in den Bezügen zu anderen Teilgebieten der Sozial- und Wirtschaftspsychologie vor. Die Studierenden bereiten für die Begleitseminare jeweils anhand vorgegebener Veröffentlichungen zum Thema eine Einführung vor, die den Bezug zum Rahmenthema deutlich macht und die spezielle Herangehensweise der jeweiligen Autorinnen und Autoren herausarbeitet. Außerdem kann die Darstellung vertiefender Literatur durch Referate erfolgen. Besonderer Wert wird auf interaktive Veranstaltungselemente gelegt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)</p> <p>Inhaltlich: Ein Modul zu den Grundlagen der Sozialpsychologie</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Für die Bewertung des Moduls werden die Klausur der Vorlesung und die Bewertung der Präsentationen der Studierenden in dem Seminar herangezogen. Die Ergebnisse aus den zwei Veranstaltungen werden gemittelt.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Bierhoff/NF</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Organisationspsychologie					
Modul: Organisationspsychologie II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
O - 2	180 h	6	3	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Seminar	50%	2 SWS/30 h	60 h	ca. 20
	Seminar	50%	2 SWS/30 h	60 h	ca. 10
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Die Studierenden erwerben vertiefte und forschungsorientierte Kenntnisse von Methoden, Theorien und Ergebnissen an der Schnittstelle von Organisations- und Sozialpsychologie (sowie deren Anwendung).				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Erwerb von Techniken zur Ausübung von sozialem Einfluss unter Berücksichtigung von gruppen- und organisationsspezifischen Bedingungen. Offenheit und Verständnis für Erklärungsansätze aus Nachbardisziplinen; interdisziplinäre Zusammenarbeit, psychologische Ansätze für Fachfremde verständlich darstellen und vermitteln.				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Kenntnisse und Fähigkeit zur wissenschaftlichen Analyse und Bewertung von evidenzbasierten Interventionen und zur Planung der Diagnostik, Intervention und Evaluation von Interventionen in Organisationen.				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:				
3	Inhalte				
	Das Modul besteht aus zwei Seminaren. In diesem Modul soll insbesondere die Einheit von Forschung und Lehre realisiert werden. Dazu werden die angebotenen Lehrveranstaltungen an aktuelle Forschungsarbeiten der beteiligten Modulverantwortlichen oder aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen angegliedert. Dies kann zum Beispiel Themen wie die Psychologie der Dienstleistung, Innovation und Kreativität in Organisationen, evidenzbasiertes Management, gesundheitspsychologische Fragen in Organisationen u. a.m. umfassen.				
4	Lehrformen				
	Das Modul besteht aus zwei Seminare, von denen eines Pflicht ist und das andere aus zwei Alternativseminaren ausgewählt werden kann.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: B.Sc. in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)</p> <p>Inhaltlich: Das Modul setzt erweiterte Grundkenntnisse der Wirtschaftspsychologie und der Sozialpsychologie voraus.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Bewertung der Seminare ergibt sich zu 50% aus der Bewertung der Präsentationen und zu 50% aus schriftlichen Leistungen. Die Modulbewertung ergibt sich zu jeweils 50% aus den beiden Seminaren.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspssychologie angeboten.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Dormann + Bierhoff/NF</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Übergreifende Psychologische Module					
Modul: Ätiologie und Therapie psychischer Störungen(V1 KPP)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MK - 2V1	90 h	3	1	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	100%	2 SWS / 30h	60 h	Kohorte
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Die Studierenden erwerben fortgeschrittenes Wissen über Diagnostik, Ätiologie und Therapie psychischer Störungen.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Förderung des Verständnisses für Personen mit psychischen Problemen und deren oftmals besonderes Interaktionsverhalten, Erfahrungen im Umgang mit diesen Personen.				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Förderung der Kompetenz zur Beurteilung von Forschungsergebnissen und deren Relevanz für die klinische Praxis durch kritische Auseinandersetzung mit klinisch-psychologische/psychotherapeutischen Forschungsarbeiten.				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

3	<p>Inhalte</p> <p>Das Modul vermittelt vertiefende Kenntnisse über die wichtigsten psychischen Störungen im Erwachsenenalter und ihre Behandlung. In den Vorlesungen werden nacheinander mehrere Störungen vorgestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erscheinungsform und prototypischer Verlauf, - Abgrenzung von anderen Störungen und die Diagnosekriterien, - Auftretenshäufigkeit und Verbreitung. - Erklärungsmodelle - Behandlungsmöglichkeiten - Präventionsansätze <p>Im Zentrum steht jeweils die Auseinandersetzung mit aktuellen Theorien und Forschungsergebnissen zu Ursachen und aufrechterhaltenden Bedingungen der jeweiligen Störung und deren Vergleich. Auf diesen spezifischen Störungstheorien fußen störungsspezifische psychotherapeutische Behandlungsmethoden. Sie werden einschließlich der Forschungsergebnisse zu ihrer Wirksamkeit sowie ihrer Wirkungsweise beschrieben.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul besteht aus einer Vorlesung (2 SWS). Für die einzelnen Themen werden die wichtigsten Folien in Kopie oder in elektronischer Form zur Verfügung gestellt.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Das Modul setzt ein Grundverständnis von psychischen Störungen sowie Grundkenntnisse über das Spektrum von psychotherapeutischen Behandlungsmethoden voraus.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Vorlesung schließt mit einer MC-Klausur ab.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul ist Teil des Moduls „Grundlagen und Interventionen“ im M.Sc. Klinische Psychologie.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Margraf / Schneider</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Übergreifende Psychologische Module					
Modul: Multivariate Verfahren					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MM - 2	180 h	6	3	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	50%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
	Seminar	50%	2 SWS/30 h	60 h	20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Die vorhandenen Kenntnisse und die Anwendungskompetenz fortgeschrittener Statistik werden vertieft und erweitert.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen:				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Umgang mit Auswertungsprogrammen und Arbeitstechniken bei der Berichterstellung.				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:				
3	Inhalte				
	Es werden die theoretischen Grundlagen der wichtigsten multivariaten Verfahren (linear und konfigural) sowie die Anwendung dieser Verfahren für typische Fragestellungen der Psychologie inklusive der EDV-Technik vermittelt. Zugleich üben die Studierenden die Interpretation von Auswertungsergebnissen ein.				
4	Lehrformen				
	Das Modul findet in Form einer Vorlesung und eines Seminars statt. Die Grundlagen werden gemeinsam besprochen, die Auswertungen und Interpretationen echter psychologischer Daten in Kleingruppen eingeübt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Kenntnisse in psychologischer Methodenlehre und Statistik etwa im Umfang der „Methodenlehre 1-3“ aus den Bachelor-Studiengängen. Darüber hinaus sollten Kenntnisse in der Benutzung des SPSS vorliegen.				
6	Prüfungsformen				
	Die Vorlesung wird mit einer Klausur abgeschlossen. Im Seminar findet eine Abschlussüberprüfung durch einen schriftlichen Bericht über eine konkret durchgeführte Auswertung einer Studie statt.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul wird in allen Master-Studiengängen der Fakultät für Psychologie angeboten.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Wottawa
11	Sonstige Informationen

Bereich: Übergreifende Psychologische Module					
Modul: Stress					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MP - 1V	90 h	3	1	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Vorlesung	100%	2 SWS/30 h	60 h	Kohorte
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Ursachen, Bedeutung und Folgen von Stress werden aus einer psychologischen Perspektive beleuchtet. Es werden sowohl Aspekte der biopsychologischen Grundlagenforschung als auch Aspekte der anwendungsbezogenen Forschung (Gesundheitspsychologie, Klinische Psychologie, Wirtschaftspsychologie) vermittelt.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Sensitivität für Menschen unterschiedlicher körperlicher Ausstattung (z.B. Depression, Burnout) Lernen in der Gruppe (Vorlesung)				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Zusammenfassen, Bewerten und Vermitteln von empirischen Forschungsergebnissen und aktuellen Theorien. Einblicke in die Methodenvielfalt der empirischen psychologischen Stressforschung (z.B. Verhaltensstudien mit Probanden, Bildgebungsstudien mit Probanden, Studien mit neuropsychologischen Patienten, Feld- und Laborstudien). Prüfen und Bewerten psychologischer Theorien				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Selbstständiger Wissenserwerb mit Hilfe unterschiedlicher Medien Zeitmanagement				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

3	<p>Inhalte</p> <p>Das Modul gibt einen Überblick über aktuelle Forschungsthemen der Stressforschung. Folgende Fragen werden adressiert: Was ist Stress? Was ist ein Stressor? Welche psychischen und biologischen Veränderungen treten in Reaktion auf Stress auf? Wie kann man sich die große interindividuelle Varianz im Stresserleben erklären? Wann ist Stress adaptiv und unter welchen Umständen kann er negative Konsequenzen haben (maladaptiv sein)? Welche Auswirkungen hat Stress auf affektive und kognitive Prozesse? Wie wird unser Körper und unser Gehirn durch Stress beeinflusst? Neben psychologischen Ansätzen werden Theorien und Befunde aus den Forschungsfeldern der Psychoneuroendokrinologie, der Psychoneuroimmunologie und den affektiven und kognitiven Neurowissenschaften besprochen.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul besteht aus einer Vorlesung. Die Vorlesung stellt das Thema im Überblick und demonstrativen Ausschnitten vor. Die Studierenden erhalten die Gliederungspunkte und Unterlagen vor jeder Vorlesung über das E-Learning System der Ruhr-Universität. Jedes Thema schließt mit einer Zusammenfassung ab. Die Vorlesung ist für Studierende aller 4 Masterstudiengänge vorgesehen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Die Vorlesung schließt mit einer Klausur ab. Die Klausur findet in der letzten Vorlesungswoche statt und kann bei Nichtbestehen des gesamten Moduls innerhalb der vorlesungsfreien Zeit wiederholt werden.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul ist Teil des Moduls „Stress“ im M.Sc. Psychologie und Kognitive Neurowissenschaft.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Wolf</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Wissenschaft & Praxis der Wirtschaftspsychologie					
Modul: Wissenschaft und Praxis I (Testkonstruktion 1)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
WW - 7	90 h	3	1	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Seminar	100%	2 SWS/50 h	40 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Die Studierenden vertiefen und erweitern ihre Kenntnisse in formalen Grundlagen von Fragebögen und Tests und erlernen die psychologischen Grundlagen von deren Vermittlung. Sie lernen Fragebögen und Tests in ihrer Güte zu beurteilen.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Umgang mit Personen, denen der Erwerb dieser Kenntnisse oft kognitive und emotionale Probleme bereitet.				
	<input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Anleitung von Anfängerinnen und Anfängern im Erwerb von formalen Methoden, Expertise in der Anwendung von EDV-Programmen.				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:				
3	Inhalte				
	Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen ihre Kenntnisse in Testtheorie vertiefen. Des Weiteren sollen sie ihre theoretischen Kenntnisse durch Anleitung studentischer Arbeitsgruppen bei der konkreten Test- bzw. Fragebogenkonstruktion umsetzen.				
4	Lehrformen				
	Das Modul findet in Form eines praktikumsartigen Seminars statt. Im Plenum werden die Studierenden mit den Aufgaben der Testkonstruktion für die Betreuung der Arbeitsgruppen sowie mit den theoretischen Inhalten zum Bereich Statistik und Testkonstruktion vertraut gemacht.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: BSc in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)				
	Inhaltlich: Kenntnisse im Bereich der praktischen Testkonstruktion (z.B. aus dem B.Sc.-Studiengang).				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

6	Prüfungsformen Theoretische Prüfung der Statistik- und Testtheorie.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Wottawa (ab 2013: zzgl. Hossiep/Dormann)
11	Sonstige Informationen

Bereich: Wissenschaft & Praxis der Wirtschaftspsychologie					
Modul: Wissenschaft und Praxis II (Testkonstruktion 2 u.a.m.)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
WW - 8	210 h	7	2	jährlich	2
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Seminar	50%	2 SWS / 30 h	60 h	ca. 20
	Seminar	50%	2 SWS / 30 h	60 h	ca. 20
	Kolloquium	-	1 SWS / 15h	15 h	ca. 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p><input type="checkbox"/> Fachkompetenzen:</p> <p>Dieses Modul bereitet i.w.S. auf die Masterarbeit vor. Die Studierenden erlangen Kenntnisse über verschiedene Interventionsmaßnahmen, Evaluationsformen, Untersuchungsdesigns, Untersuchungs- und Auswertungsmethoden, die im Rahmen von Organisationen durchgeführt wurden. Sie lernen weiterhin, diese Kenntnisse auf neue Interventionsziele anzuwenden und Methoden weiter zu entwickeln. Weiterhin vertiefen und erweitern die Studierenden ihre Kenntnisse in formalen Grundlagen von Fragebögen und Tests und erlernen die psychologischen Grundlagen von deren Vermittlung.</p> <p><input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen:</p> <p>Sensitivität für Denk- und Argumentationsstrukturen in privatwirtschaftlichen, öffentlichen oder halböffentlichen Institutionen und für irrational erscheinende Wege des Entscheidens, Kompetenz für Hilfestellungen bei Entscheidungs- und Konfliktfällen.</p> <p><input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen:</p> <p>Anleitung von Anfängerinnen und Anfängern im Erwerb von formalen Methoden, Expertise in der Anwendung von EDV-Programmen. Zusammenfassen, Bewerten und Vermitteln von empirischen Forschungsergebnissen, Bewerten der Quellenqualität, Systematik beim Prüfen interventionsbezogener Behauptungen und offener Forschungsfragen, Kenntnisse über Informations- und Entscheidungswege in Organisationen.</p> <p><input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:</p>				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

3	<p>Inhalte</p> <p>Das Modul gibt einen Überblick über verschiedene Formen der Intervention und Evaluation im Bereich von Organisationen, z.B. privaten Betrieben oder öffentlichen Institutionen. Dabei wird besonderer Wert auf die genaue Bestimmung der Interventionsziele gelegt, auf die Schätzung der Effektivität einer Intervention im Hinblick auf vorher definierte Ziele, auf die Sicherung der internen und externen Validität der Schlussfolgerungen sowie auf die Möglichkeiten, Methoden und Probleme prospektiver Evaluation unterschiedlicher Interventionsmaßnahmen. Ein Schwerpunkt liegt dabei in der Vertiefung der Kenntnisse in Testkonstruktion, die für Evaluationen notwendig sind.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Das Modul findet in Form zweier Seminare und eines Kolloquiums statt. In einem praktikumsähnlichen Seminar erfolgt die Vertiefung der im Semester zuvor theoretisch vermittelten Inhalte der Testkonstruktion. Dies erfolgt durch Aufbereitung der Erfahrungen in den studentischen Arbeitsgruppen im Plenum. Zusätzlich verbindlicher Bestandteil ist die Übernahme der Leitung einer Arbeitsgruppe (insbesondere auch die damit verbundene fachliche Anleitung) durch jeden Teilnehmer/jede Teilnehmerin. Diese Gruppe soll unter seiner/ihrer Anleitung eine eigenständige Fragebogen- bzw. Testkonstruktion inklusive der Durchführung der erforderlichen statistischen Auswertungen erledigen. In dem anderen Seminar werden verschiedene Interventions- und Evaluationsformen im behandelt. Im Kolloquium werden schließlich aktuelle Evaluations- und Interventionsstudien vorgestellt, die von „höheren“ Semestern im Zuge ihrer Masterarbeit durchgeführt wurden.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Formal: BSc in Psychologie (oder inhaltlich äquivalenter Abschluss)</p> <p>Inhaltlich: Kenntnisse im Bereich der praktischen Testkonstruktion (z.B. aus dem B.Sc.-Studiengang).</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Zur Bewertung des Moduls werden die Leistung als Arbeitsgruppenleiter bzw. Arbeitsgruppenleiterin bei der Testkonstruktion und die Leistung bei der Präsentation und schriftlichen Ausarbeitung des gewählten Themas des Seminars „Intervention & Evaluation“ mit jeweils 50% Gewichtung kombiniert.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit, erfolgreicher Abschluss der definierten Prüfungsleistungen</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Wottawa (ab 2013: zzgl. Hossiep/Dormann)</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Bereich: Wissenschaft & Praxis der Wirtschaftspsychologie					
Modul: Wissenschaft und Praxis III					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
WW - 10	150 h	5	3-4	jährlich	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Kolloquium	20%	2 SWS/30 h		ca. 20
	Profektseminar	80%	2 SWS/30 h	90 h	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Spezifische Fachkompetenzen in ausgewählten aktuellen wirtschaftspsychologischen Themen. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über den aktuellsten Stand der wissenschaftlichen Diskussion und der relevanten Fakten in dem von ihnen gewählten Studienschwerpunkt.				
	<input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: <input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Spezifische methodische Kompetenzen zur Bearbeitung ausgewählter wirtschaftspsychologischer Themen. Erwerb der Kompetenz, Fragestellungen zu wissenschaftlichen Themen zu stellen, die über die aktuelle Literatur hinausgehen, Erstellen einer wissenschaftlichen Überblicksarbeit von hoher Qualität.				
	<input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen:				
3	Inhalte				
	Die Studierenden nehmen an einem Kolloquium teil, in dem aktiv Forschende aus dem Bereich Wirtschaftspsychologie (Doktoranden, interne und externe Wissenschaftler) ihre aktuellen Arbeiten präsentieren. Die Themen können das gesamte Spektrum der Wirtschaftspsychologie abdecken.				
	Das Profektseminar soll ein strukturiertes Diskussionsforum für aktuelle wissenschaftliche Probleme darstellen, die von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in der Masterarbeit vertieft werden können. Das intendierte Qualifikationsziel ist die Fähigkeit, die für eine wissenschaftliche Fragestellung relevante wissenschaftliche Literatur zu vertiefen, mit anderen Inhalten zu verknüpfen und die Schlussfolgerungen in einem Diskurs mit anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Veranstaltung zu verteidigen. Das Projektseminar ist für Studierende gedacht, die bereits erhebliche Vorkenntnisse in dem Schwerpunkt besitzen, in dem sie ihre Masterarbeit durchführen wollen.				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

4	<p>Lehrformen</p> <p>Die wesentliche Lehrform im Kollqium ist der Forschungsvortrag. Ein typischer Forschungsvortrag besteht aus ca. 60min Vortragszeit plus anschließender 30min Diskussion, an der sich die Studierenden aktiv beteiligen sollen.</p> <p>Im Projektseminar sollen von dem Veranstaltungsleiter bzw. der Veranstaltungsleiterin die Grundlagen zum Verfassen einer Masterarbeit dargestellt werden. Die Studierenden sollen derweil die aktuellste Literatur zu ihren Themenstellungen suchen und Teilaspekte referieren. Der Veranstaltungsleiter bzw. die Veranstaltungsleiterin koordiniert diese Diskussionen so, dass aus diesen Präsentationen die aktuelle Forschungssituation zu einem bestimmten Schwerpunkt entsteht. Die Studierenden werden in den Zwischenzeiten alleine bzw. themenabhängig auch in Kleinstgruppen arbeiten. Bei den Gruppentreffen werden nicht nur Referate zu aktuellen Forschungsentwicklungen gehalten, sondern auch kurze Zusammenfassungen verteilt, die dann innerhalb der Gruppe sowohl unter inhaltlichen als auch unter formalen Gesichtspunkten diskutiert werden.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Inhaltlich:</p> <p>Das Modul setzt Grundwissen in dem Bereich des Masterstudiengangs Psychologie voraus, der als Schwerpunkt gewählt wurde. Daher ist eine Teilnahme erst ab dem 3. Fachsemester sinnvoll.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Zur Bewertung des Moduls werden die Darstellung und die Stringenz in den mündlichen Präsentationen kombiniert. (Die Kriterien für die Bewertung werden vorher detailliert kommuniziert.)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Regelmäßige Teilnahme an dem Kolloquium.</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Das Modul wird im M.Sc. Wirtschaftspsychologie angeboten.</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Dormann</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p>

Fakultät für Psychologie

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

**RUHR
UNIVERSITÄT
BOCHUM**

RUB

Bereich: Zusätzliche Module					
Modul: Berufspraktische Tätigkeit					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
PM	240 h	8	1-4	-	-
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Berufspraktische Tätigkeit	100 %	-	240 h	-
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Praktische Anwendung von psychologischen Wissen, berufsfeldspezisches Wissen <input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Berufspraktische Erfahrungen <input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Methodisches Vorgehen im jeweiligen Berufsfeld <input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Planungs- und Organisationskompetenz				
3	Inhalte				
	Einblick in ein psychologisches Berufsfeld				
4	Lehrformen				
	Praktikum				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	-				
6	Prüfungsformen				
	-				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Schriftlicher Bericht und Nachweis über das Praktikum				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	-				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Alle Professorinnen und Professoren der Fakultät für Psychologie
11	Sonstige Informationen

Bereich: Zusätzliche Module					
Modul: Masterarbeit					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
MA	900 h	30	4	-	1
1	Lehrveranstaltungen	Gewichtung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße
	Masterarbeit	100 %	-	900 h	-
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <input type="checkbox"/> Fachkompetenzen: Vertiefte Kenntnisse in der Planung, Durchführung und Auswertung psychologischempirischer Untersuchungen; Literaturrecherche; Datenbankrecherche; computergestützte Datenanalyse; sprachliche und formale Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit. <input type="checkbox"/> Sozialkompetenzen: Wissenstransfer <input type="checkbox"/> Methodische Kompetenzen: Selbstständige Auswahl, Anwendung und Interpretation von Methoden der empirischer Forschung, selbstständiges experimentelles Arbeiten <input type="checkbox"/> Selbstkompetenzen: Eigenständige Planungs- und Organisationskompetenz, Selbststrukturierung von neu erworbenen Wissen, kritische Reflexion				
3	Inhalte Die Masterarbeit hat die selbstständige Bearbeitung eines Themas mit experimentellen empirischen Methoden aus dem gesamten Gebiet der Psychologie zum Thema.				
4	Lehrformen Selbstständige Bearbeitung eines wissenschaftlichen Problems				
5	Teilnahmevoraussetzungen B.Sc. in Psychologie (oder äquivalent)				
6	Prüfungsformen Schriftliche Masterarbeit				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erfolgreicher Abschluß der Masterarbeit				

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Alle Professorinnen und Professoren der Fakultät für Psychologie
11	Sonstige Informationen

ANHANG

Studienverlaufsplan M. Sc. Wirtschaftspsychologie

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS
Übergreifenden psychologische Module (12 KP)				
Ätiologie und Therapie psychischer Störungen (3 KP)	V; 2 SWS			
Multivariate Verfahren (6 KP)			V+S; 2+2 SWS	
Stress (3 KP)	V; 2 SWS			
Wissenschaft und Praxis der Wirtschaftspsychologie (15 KP)				
Wissenschaft & Praxis I (Testkonstruktion 1) (3 KP)	S; 2 SWS			
Wissenschaft & Praxis II (Testkonstruktion 2) (7 KP)		S+S+K; 2+2+1 SWS		
Wissenschaft & Praxis III (5 KP)			K; 2 SWS	S+K; 2 SWS
Arbeitspsychologie und Organisationspsychologie (3 KP)				
Arbeits- & Organisationspsychologie (3 KP)	V; 2 SWS			
Arbeitspsychologie (9 KP)				
Arbeitspsychologie I (6 KP)		V+S; 2+2 SWS		
Arbeitspsychologie II (3 KP)			S; 2 SWS	
Organisationspsychologie (12 KP)				
Organisationspsychologie I (6 KP)		V+S; 2+2 SWS		
Organisationspsychologie II (6 KP)			S+S; 2+2 SWS	

Modulhandbuch

M. Sc. Wirtschaftspsychologie

Marktpsychologie (15 KP)				
Marktpsychologie I (5 KP)	V+Ü/S; 3 SWS			
Marktpsychologie II (5 KP)		V+Ü/S; 3 SWS		
Marktpsychologie III (5 KP)			V+Ü/S; 3 SWS	
Zwischensumme	17 KP	24 KP	21 KP	4 KP
Frei wählbar: 16 KP über alle Semester				
Berufspraktische Tätigkeit (6 Wochen) : 8 KP				
Master-Arbeit			30 KP	
Summe				120 KP