

# Modulhandbuch

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

SPO 51

Sommersemester 26

Stand: 14.03.2026

## Inhaltsverzeichnis

<b>Modulinformation</b> .....	<b>3</b>
<b>Studiengangleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>Modulübersichten</b> .....	<b>4</b>
Studienverlauf Schwerpunkt Markt.....	4
Studienverlauf Schwerpunkt Personal.....	4
<b>Modulbeschreibungen im Einzelnen</b> .....	<b>5</b>
<b>Erstes Semester</b> .....	<b>5</b>
Methoden: Multivariate statistische Verfahren .....	5
* <i>Methods: Multivariate statistical procedures</i> .....	5
Projektmanagement Next Level: Methoden, Tools & Future Skills .....	9
* <i>Project Management Next Level: Methods, Tools &amp; Future Skills</i> .....	9
Führung und Management: Selbstmanagement: Lernreise Resilienz .....	12
* <i>Leadership and management: Self-management: Resilience learning journey</i> .....	12
Organisation, Change und Consulting: Transformations- & Changemanagement .....	16
* <i>Organisation, Change and Consulting: Transformation &amp; Change Management</i> .....	16
Organisation, Change und Consulting: Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis .....	20
* <i>Organisation, Change and Consulting: Lecture series: Business psychology consulting     in practice</i> .....	20
Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit.....	24
* <i>Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 1: Digitalisation and     Health</i> .....	24
Digitales Marketing.....	27
* <i>Digital Marketing</i> .....	27
<b>Zweites Semester</b> .....	<b>32</b>
<b>Schwerpunkt Personal</b> .....	<b>32</b>
Schwerpunkt Personal: Training, Coaching, Teamentwicklung .....	32
* <i>Specialisation module Focus on Human Resources: Training, Coaching, Team         Development</i> .....	32
Schwerpunkt Personal: Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik. 36	
* <i>Specialisation module Focus on Human Resources: Personnel psychological aptitude         and potential diagnostics</i> .....	36
Schwerpunkt Personal: Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting .....	41
* <i>Specialisation module Focus on Human Resources: Practical project: Personnel         Psychological Consulting</i> .....	41
<b>Schwerpunkt Markt</b> .....	<b>45</b>
Schwerpunkt Markt: Customer Experience Management .....	45
* <i>Specialisation module Market: Customer Experience Management</i> .....	45
Schwerpunkt Markt: Ethik & Konsum.....	50
* <i>Specialisation module Market: Ethics &amp; Consumption</i> .....	50
Schwerpunkt Markt: Praxisprojekt: Marktforschung & Beratung.....	54
* <i>Specialisation module Market: Practical project: Market Research &amp; Consulting</i> .....	54
Methoden: Data Analytics .....	58
* <i>Methods: Data Analytics</i> .....	58



Führung und Management: Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen ..	61
<i>*Leadership and management: Information processing for management decisions ....</i>	61
Organisation, Change und Consulting: Cases in Change Consulting.....	64
<i>*Organisation, Change and Consulting: Cases in Change consulting .....</i>	64
Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors .....	68
<i>*Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors .....</i>	68
<b>Drittes Semester .....</b>	<b>71</b>
Wahlpflichtmodul.....	71
<i>*Elective Compulsory Module .....</i>	71
Masterprojekt: Masterseminar .....	73
<i>*Master Project: Master Seminar/ Research Seminar .....</i>	73
Masterprojekt: Masterarbeit.....	76
<i>*Master Project: Master Thesis/ Dissertation .....</i>	76

## Modulinformation

Das Masterstudium umfasst 8 Module und das Masterprojekt. Ein Modul beinhaltet in der Regel 6 bis 15 ECTS. Das Masterprojekt umfasst insgesamt 25 ECTS, von denen 5 ECTS auf das Masterseminar entfallen. Die Masterarbeit umfasst 20 ECTS und dauert vier Monate.

## Studiengangsleitung

Prof. Dr. Kotte

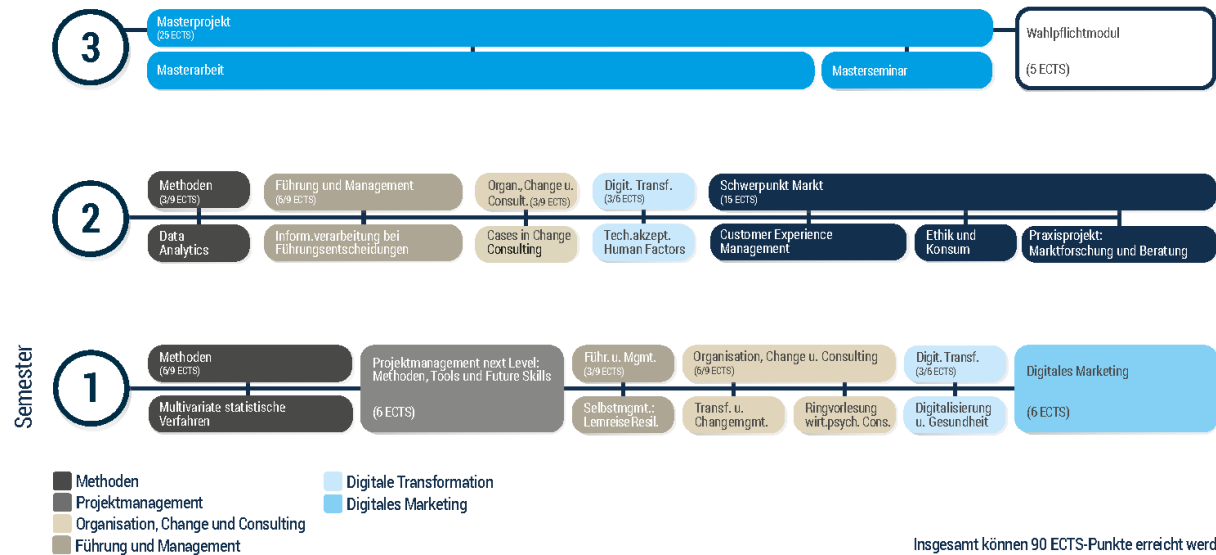
## Modulübersichten

Klick auf ein Modul führt zur Modulbeschreibung

### Studienverlauf Schwerpunkt Markt

© TH Aschaffenburg

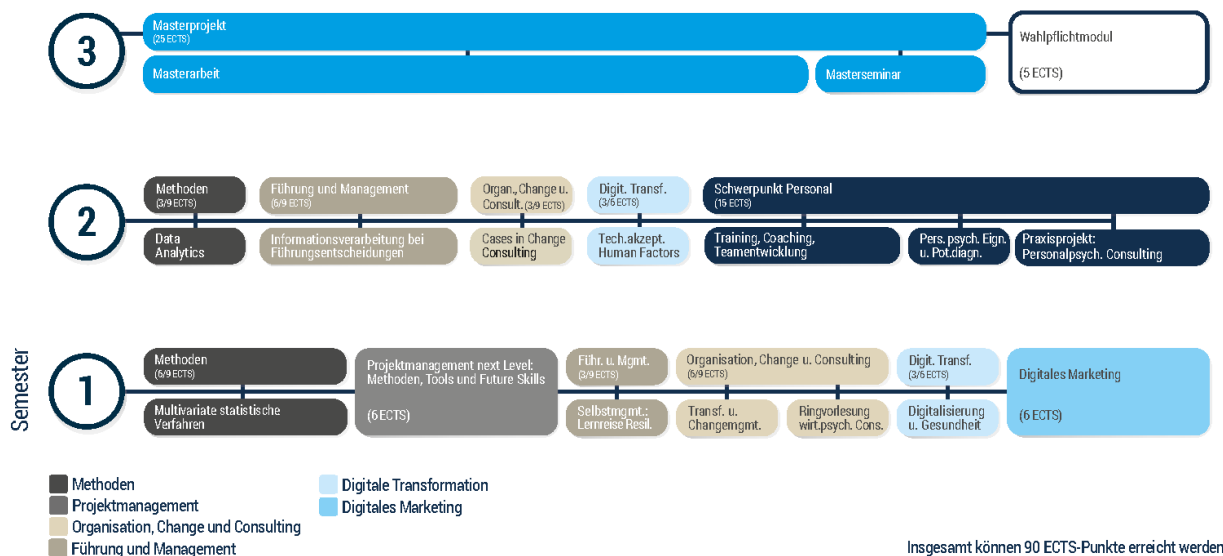
#### Studienverlaufsplan Wirtschaftspsychologie (Master of Science) – Schwerpunkt Markt



### Studienverlauf Schwerpunkt Personal

© TH Aschaffenburg

#### Studienverlaufsplan Wirtschaftspsychologie (Master of Science) – Schwerpunkt Personal



## Modulbeschreibungen im Einzelnen

### Erstes Semester

<b>Methoden: Multivariate statistische Verfahren</b>			
<i>*Methods: Multivariate statistical procedures</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2600	<b>Multivariate statistische Verfahren</b> <i>Multivariate statistical procedures</i> (A1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Sebold	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		1. Semester <i>1. Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		<p>Voraussetzung für das Modul sind R-Kenntnisse. Falls nicht vorhanden wird erwartet, dass diese selbstständig erworben werden.</p> <p>Grundkenntnisse in R:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einlesen von Datensätzen</li> <li>- Transformieren einzelner Variablen</li> <li>- Univariate deskriptive Beschreibung und Darstellung</li> <li>- Bivariate Zusammenhänge mit Hypothesentests testen und darstellen</li> </ul> <p>Dalls Sie im Bachelor noch nicht gelernt haben, mit R-Daten zu analysieren, sollten Sie parallel den Kurs besuchen:  <a href="https://www.th-ab.de/fileadmin/th-ab-redaktion/dokumente/International-Office/Incoming/Kursbeschreibungen/6340_IW_01.pdf">https://www.th-ab.de/fileadmin/th-ab-redaktion/dokumente/International-Office/Incoming/Kursbeschreibungen/6340_IW_01.pdf</a></p>	



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



<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Multiple Lineare Regression</b> Wie beeinflussen mehrere unabhängige Variablen eine Zielgröße? Theorie, Annahmen &amp; Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung, Modellvergleiche</li> <li>- <b>Varianzanalyse (ANOVA, einfaktoriell &amp; mehrfaktoriell)</b> Welche Faktoren haben einen Einfluss auf eine Zielgröße? Theorie, Annahmen &amp; Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung</li> <li>- <b>Allgemeines Lineares Modell (ALM)</b> Gibt es ein übergeordnetes theoretisches Modell für die multiple Regression &amp; die Varianzanalyse? Theorie des allgemeinen linearen Modells</li> <li>- <b>Generalisiertes Lineares Modell (GLM, Binär &amp; Multinomial)</b> Was tun, wenn die Zielgröße keine Normalverteilung aufweist? Theorie, Annahmen &amp; Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung</li> <li>- <b>Lineare Gemischte Modelle (LMM)</b> Wie gehen wir mit Daten um, die eine hierarchische Struktur haben? Theorie, Annahmen &amp; Voraussetzungen, Interpretation, Modellbewertung</li> <li>- <b>Multiple Linear Regression</b> How do multiple independent variables influence a target variable? Theory, assumptions &amp; prerequisites, interpretation, model evaluation, model comparisons</li> <li>- <b>Analysis of Variance (ANOVA, one-way &amp; factorial)</b> Which factors influence a target variable? Theory, assumptions &amp; prerequisites, interpretation, model evaluation</li> <li>- <b>General Linear Model (GLM)</b> Is there an overarching theoretical framework for multiple regression and ANOVA? Theory of the general linear model</li> <li>- <b>Generalized Linear Model (GLM, binary &amp; multinomial)</b> What if the target variable is not normally distributed? Theory, assumptions &amp; prerequisites, interpretation, model evaluation</li> </ul> <p><b>Linear Mixed Models (LMM)</b> How do we deal with data that have a hierarchical structure? Theory, assumptions &amp; prerequisites, interpretation, model evaluation</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die Veranstaltung findet in deutscher Sprache statt</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p><u>Hauptliteratur:</u> Field, A. (2012). Discovering Statistics using R. London: Sage.</p>



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



<b>Projektmanagement Next Level: Methoden, Tools &amp; Future Skills</b>			
<i>*Project Management Next Level: Methods, Tools &amp; Future Skills</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2601	(B2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	LB Fr. Eulner		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	6		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Semester <i>Term</i>	1. Semester <i>1. Term</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Projektarbeit mit mündl. Präsentation		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Projekte mit klassischen, agilen und hybriden Methoden zu planen, zu steuern und umzusetzen, digitale Tools und Trends wirksam einzusetzen sowie Kommunikation, Zusammenarbeit und Reflexion in Projekten professionell zu gestalten.		
Lerninhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- PM Methoden &amp; deren Anwendung</li><li>- Planung, Steuerung &amp; Umsetzung</li></ul>		



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



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



<b>Führung und Management: Selbstmanagement: Lernreise Resilienz</b> <i>*Leadership and management: Self-management: Resilience learning journey</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2602	<b>Selbstmanagement: Lernreise Resilienz</b> <i>Self-management: Resilience learning journey</i> (C1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		LB Fr. Schumacher / Hr. Schmitt	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		1. Semester <i>1. Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Studienarbeit mit mündl. Präsentation	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		<b>Achtsamkeit</b> Die Teilnehmenden lernen, den gegenwärtigen Moment bewusst und nicht wertend wahrzunehmen und dadurch ihre Selbstwahrnehmung zu schärfen.  <b>Resilienz</b> Sie entwickeln Strategien, um Belastungen und Krisen konstruktiv zu bewältigen und gestärkt aus Herausforderungen hervorzugehen.	



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



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



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



<b>Organisation, Change und Consulting: Transformations- &amp; Changemanagement</b> <i>*Organisation, Change and Consulting: Transformation &amp; Change Management</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2603	<b>Transformations- &amp; Changemanagement</b> <i>Transformation &amp; Change Management</i> (D1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Mücke	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1. Semester	
Semester <i>Term</i>		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Keine <i>None</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		1 StA mit mdl. Präsentation <i>Research / Working Paper incl. Presentation</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Die Vorlesung vermittelt den Studierenden fundierte Kenntnisse und praxisnahe Kompetenzen im Umgang mit organisationalem Wandel. Sie lernen, aktuelle Trends und Entwicklungen zu analysieren und deren Bedeutung für notwendige Unternehmenstransformationen zu bewerten. Aufbauend auf Modellen und Konzepten des Transformations- und Changemanagements sind sie in der Lage, Veränderungsprojekte systematisch zu planen, umzusetzen und zu evaluieren. Darüber hinaus erwerben die Studierenden die Kompetenz, den	



	<p>damit verbundenen Kulturwandel im Unternehmen zu initiieren und aktiv zu begleiten. Sie entwickeln die Fähigkeit, komplexe organisationsbezogene Fragestellungen zu analysieren, praxismgerechte Veränderungskonzepte zu erarbeiten und interdisziplinär in Transformationsprojekten mitzuwirken.</p> <p>The course unit provides students with in-depth knowledge and practical competencies in managing organizational change. They learn to analyze current trends and developments and to assess their significance for necessary organizational transformations. Building on models and concepts of transformation and change management, students are able to systematically plan, implement, and evaluate change projects. In addition, they acquire the competence to initiate and actively support the associated cultural change within organizations. Students further develop the ability to analyze complex organizational issues, design practice-oriented change concepts, and collaborate in an interdisciplinary manner on transformation projects.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bedeutung und Formen des Wandels von Organisationen</li><li>- Aktuelle (Mega-) Trends und technologische Entwicklungen als Treiber von Unternehmenstransformationen</li><li>- Modelle des organisationalen Wandels</li><li>- Grundlagen und Konzepte des Transformations- und Changemanagements</li><li>- Gestaltung des Kulturwandels im Rahmen von digitalen Transformationen in Organisationen</li><li>- Transformations- und Change-Projekte in der Praxis</li><li>- Significance and forms of organizational change</li><li>- Current (mega) trends and technological developments as drivers of organizational transformation</li><li>- Models of organizational change</li><li>- Fundamentals and concepts of transformation and change management</li><li>- Shaping organizational culture in the context of digital transformation</li><li>- Transformation and change projects in practice</li></ul>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p>In the context of the different thematic areas, international references are also regularly made.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Kluge, A. (2021). Theorien der Veränderung von Organisationen. In: A. Kluge. Arbeits- und Organisationspsychologie. Kohlhammer.</p> <p>Hess, T. (2022). Managing the digital transformation: A guide to successful organizational change. Springer.</p>



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



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



<b>Organisation, Change und Consulting: Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis</b> <i>*Organisation, Change and Consulting: Lecture series: Business psychology consulting in practice</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2604	<b>Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis</b> <i>Lecture series: Business psychology consulting in practice</i> (D3 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Kotte (Moderation) + Referierende aus der Praxis	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1. Semester	
Semester <i>Term</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Teilnahme <i>Participation</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Schriftl. Prüfung 60 Min.  Zusätzliche freiwillige Bonusleistung (i.S.v. §14 APO): Bearbeitung von Übungsaufgaben in Form des Erstellens eines 3-4-seitigen Reflexionspapiers, das einen wissenschaftlichen Artikel zur Beratung aus einem Journal mit Peer Review mit einem der Praxisvorträge in Bezug setzt und daraus persönliche Lessons Learnt für die Beratung ableitet.  <i>Written exam 60 min.</i>	



	<p>Additional voluntary bonus work (§14 APO): Completion of exercises in the form of a 3-4 page reflection paper that relates a scientific article on consulting from a peer-reviewed journal to one of the practical lectures and derives personal lessons learnt for consulting.</p>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i></p>	<p>Studierende haben einen Überblick über die wichtigsten Beratungsfelder und -settings, in denen Wirtschaftspsycholog*innen beraterisch tätig sind.</p> <p>Sie können zentrale Beratungsansätze und -methoden differenzieren und aus wirtschaftspsychologischer Perspektive analysieren.</p> <p>Sie reflektieren typische Herausforderungen in Beratungsprojekten und Anforderungen an wirtschaftspsychologische Berater*innen.</p> <p>Sie können potenzielle Karrierewege im Consulting-Bereich einschätzen und eigene Interessen im Kontext der Beratung einordnen.</p> <p>Students have gained an overview of the most important consulting fields and settings in which business psychologists work as consultants.</p> <p>They are able to distinguish between key consulting approaches and methods, classify them, and analyze them from a business psychology perspective.</p> <p>They reflect on typical challenges in consulting projects and the requirements for consultants.</p> <p>They can assess potential career paths in consulting and evaluate their own interests in the context of consulting.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Überblick und Differenzierung verschiedener wirtschaftspsychologischer Beratungsfelder, -ansätze und -settings.</li><li>- Vertiefte Einblicke in die Praxis ausgewählter wirtschaftspsychologischer Beratungsfelder, u.a.:<ul style="list-style-type: none"><li>• Unternehmensberatung</li><li>• Coaching, Personal- &amp; Organisationsberatung</li><li>• Interne Change-/Transformations-Beratung</li><li>• Fachberatung zu ausgewählten wirtschaftspsychologischen Themen (z.B. Gesundheitsmanagement/psychische Gefährdungsbeurteilung, Diagnostik)</li><li>• Marktforschungsberatung</li><li>• Marketingberatung</li></ul></li><li>- Analyse von Beratungsansätzen und -methoden aus wirtschaftspsychologischer Perspektive</li><li>- Herausforderungen in der Beratung und Anforderungen an Berater*innen</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Overview and differentiation of various consulting fields, approaches, and settings of business psychology.</li> <li>- In-depth insights into the practice of selected consulting fields of business psychology, including:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management consulting</li> <li>• Coaching, personnel, and organizational consulting</li> <li>• Internal consulting (for change/transformation)</li> <li>• Specialist consulting on selected business psychology topics (e.g., occupational health management/psychological risk assessment, diagnostics)</li> <li>• Market research consulting</li> <li>• Marketing consulting</li> </ul> </li> <li>- Analysis of consulting approaches and methods from a business psychology perspective</li> <li>- Challenges in consulting and required competencies of consultants.</li> </ul>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Es werden internationale Bezüge hergestellt wenn möglich. <i>References to international contexts are made when applicable.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Lehrbücher:</p> <p>Kubr, M. (2005). <i>Management consulting: A guide to the profession</i> (4. Aufl.). International Labour Office.</p> <p>Kauffeld, S., Endrejat, P. C. &amp; Richter, H. (2019). Organisationsentwicklung. In S. Kauffeld (Hrsg.), <i>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor</i> (3. Aufl.) (S. 73-104). Springer.</p> <p>Landy, F. J. &amp; Conte, J. M. (2017). <i>Work in the 21st century: An introduction to industrial and organizational psychology</i>. Wiley. → Kap. 14.3 Organizational Development and Change (S. 539-548)</p> <p>Wissenschaftliche Zeitschriften:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consulting Psychology Journal (<a href="https://www.apa.org/pubs/journals/cpb">https://www.apa.org/pubs/journals/cpb</a>)</li> <li>- Journal of Organizational Change Management (<a href="https://www.emeraldgrouppublishing.com/journal/jocm">https://www.emeraldgrouppublishing.com/journal/jocm</a>)</li> <li>- Organisationsberatung Supervision Coaching (OSC) (<a href="https://link.springer.com/journal/11613">https://link.springer.com/journal/11613</a>)</li> <li>- Gruppe.Interaktion.Organisation. Zeitschrift für angewandte Organisationspsychologie (GIO) (<a href="https://link.springer.com/journal/11612/">https://link.springer.com/journal/11612/</a>)</li> </ul>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i></p>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Transformations- &amp; Changemanagement (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p>



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



<b>Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit</b>			
<i>*Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 1: Digitalisation and Health</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2605	<b>Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit</b> <i>Psychology of digital transformation 1: Digitalisation and health</i> (E1 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Duranova		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	3/6		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	2		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1. Semester		
Semester <i>Term</i>	1 Semester <i>1 Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Studienarbeit mit Präsentation <i>research paper with presentation</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden können nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls: - die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gesundheit empirisch untersuchen, - evidenzbasierte Interventionsprogramme evaluieren,		



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- erste präventive Maßnahmen für Organisationen ableiten.</li> </ul> <p>Upon successfully completing the module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- empirically investigate the effects of digitalisation on health,</li> <li>- evaluate evidence-based intervention programmes and</li> <li>- identify initial preventive measures for organisations</li> </ul>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Auswirkungen der Technologienutzung Psychologie der Gesundheit: Messung, theoretische Grundlagen und empirische Evidenz Gesundheitsförderlicher Umgang mit Technologien 5.0: Prävention und Intervention in Organisationen</p> <p>Effects of technology use Psychology of health: Measurement, theoretical background and empirical evidence Health-promoting use of technologies 5.0: Prevention and intervention in organisations</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Internationale Bezüge werden hergestellt. <i>International references will be made.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Die Studierenden sollen englischsprachige wissenschaftliche Zeitschriftenaufsätze verwenden. <i>Students should use scientific journal papers written in English.</i></p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>Seminar <i>Lecture</i></p>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p> <p>Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p> <p><i>Psychology of digital transformation 1: Digitalisation and health (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h)</i></p> <p><i>Psychology of digital transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors</i></p>



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



<b>Digitales Marketing</b>			
<i>*Digital Marketing</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2606	(F SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	LB Hr. Steigerwald		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	6		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	4		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1. Semester		
Semester <i>Term</i>	1 Semester 1 Term		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Projektarbeit (ca. 10-15 Seiten) mit Präsentation (15 Minuten) <i>Project work (around 10-15 pages) with presentation (15 minutes)</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung des digitalen Marketings im Kontext der digitalen Transformation zu analysieren und psychologische Wirkmechanismen digitaler Marketingmaßnahmen zu verstehen. Sie können die Evolution und aktuellen Entwicklungen des digitalen Marketings wissenschaftlich einordnen und bewerten.		



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



	<p>Students are capable of developing (corporate) influencer strategies considering authenticity and brand fit, as well as designing marketing automation and email marketing workflows in compliance with GDPR.</p> <p>They can evaluate AI applications in marketing, reflect on ethical implications, and critically assess future trends in digital marketing.</p> <p>Students can professionally describe their developed digital marketing strategies, argue for them convincingly, and further develop them in interdisciplinary teams.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Grundlagen des digitalen Marketings:</b> Definition und Evolution, POEM-Framework, Marktlandschaft, Nutzerverhalten, Vorteile des digitalen Marketings</li><li>- <b>Zielgruppenanalyse und Buyer Persona:</b> Segmentierungskriterien, psychografische Modelle zur Zielgruppenbeschreibung, Buyers Persona-Entwicklung</li><li>- <b>Omnichannel-Marketing und Digital Customer Journey:</b> Customer Journey Mapping, Psychologisches Verhalten, Touchpoint-Strategien, Marketing-Funnel</li><li>- <b>Marketing-Kampagnenentwicklung:</b> Content-Strategien, Storytelling-Psychologie, Leitidee-Entwicklung, integrierte Kommunikation, Fallstudien</li><li>- <b>Suchmaschinenoptimierung (SEO):</b> SEO-Grundlagen, Search Intent-Analyse, OnSite/OffSite-Optimierung, KI-SEO, Local SEO, Keywords</li><li>- <b>Social Media Marketing:</b> Plattformstrategien, Wissenschaftliche Modelle, organische Reichweiten-Multiplikatoren, Social Media Analytics</li><li>- <b>Performance Marketing und Programmatic Advertising:</b> Google Ads, Social Media Ads, Targeting- &amp; Bidding-Strategien, ROI-Optimierung</li><li>- <b>Conversion-Optimierung und Analytics:</b> A/B-Testing, psychologische Trigger, Landing Page Optimierung, User-Behavior-Analyse</li><li>- <b>Influencer und Creator Marketing:</b> Influencer-Typologie, Authentizität, Kooperationsmodelle, Creator Economy Trends.</li><li>- <b>Marketing Automation und E-Mail-Marketing:</b> Automation-Workflows, Personalisierung, CRM-Integration, DSGVO, Fallstudien</li><li>- <b>KI im Marketing und Zukunftstrends:</b> KI-Anwendungen, Chatbots, Predictive Analytics, Emerging Technologies</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Fundamentals of Digital Marketing:</b> Definition and evolution, POEM framework, market landscape, user behavior, advantages of digital marketing</li><li>- <b>Target Group Analysis and Buyer Personas:</b> Segmentation criteria, psychographic models for target group description, buyer persona development</li><li>- <b>Omnichannel Marketing and Digital Customer Journey:</b> Customer journey mapping, psychological behavior, touchpoint strategies, marketing funnel</li><li>- <b>Marketing Campaign Development:</b> Content strategies, storytelling psychology, creative concept development, integrated communication, case studies</li><li>- <b>Search Engine Optimization (SEO):</b> SEO fundamentals, search intent analysis, on-site/off-site optimization, AI-SEO, local SEO, keywords</li><li>- <b>Social Media Marketing:</b> Platform strategies, scientific models, organic reach multipliers, social media analytics</li><li>- <b>Performance Marketing and Programmatic Advertising:</b> Google Ads, social media ads, targeting &amp; bidding strategies, ROI optimization</li><li>- <b>Conversion Optimization and Analytics:</b> A/B testing, psychological triggers, landing page optimization, user behavior analysis</li><li>- <b>Influencer and Creator Marketing:</b> Influencer typology, authenticity, cooperation models, creator economy trends</li><li>- <b>Marketing Automation and Email Marketing:</b> Automation workflows, personalization, CRM integration, GDPR, case studies</li><li>- <b>AI in Marketing and Future Trends:</b> AI applications, chatbots, predictive analytics, emerging technologies</li></ul>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die Inhalte sind international anwendbar und werden durch globale Best Practices und plattformübergreifende Strategien vermittelt. Digitale Marketing-Konzepte und Tools sind grenzüberschreitend einsetzbar.</p> <p>The content is internationally applicable and is taught through global best practices and cross-platform strategies. Digital marketing concepts and tools can be implemented across all borders.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Skript mit Literaturangaben, teilweise Fallstudien und aktuelle Internet-Beispiele. U.a. folgende Werke:</p> <p>Script with literature references, case studies and current internet examples. Including the following:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Beilharz, Felix, Online Marketing Manager*in, 3. Auflage, O'Reilly 2023</li><li>- Bruhn, Manfred: Marketing, 16. Aufl., Springer Gabler 2024</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuchs, Andreas: MarTech, KI und Automatisierung, 1. Auflage Springer Gabler 2025</li> <li>- Hartleben, Ralph: Kommunikationskonzeption und Briefing, 3. Auflage, Publicis 2014</li> <li>- Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing, 9. Aufl., Springer Gabler 2024</li> <li>- Steigerwald, Julian: Corporate-Influencer-Programme, 1. Auflage, Springer Gabler 2025</li> </ul>
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i>  Übung <i>Practice</i>  Fallstudien <i>Case Study</i>  Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	Digitales Marketing (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)  <i>Digital Marketing</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60h/self-study 120h/ Workload 180h)
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Wintersemester. <i>Every winter term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i>  Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i>	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>

## Zweites Semester

### Schwerpunkt Personal

<b>Schwerpunkt Personal: Training, Coaching, Teamentwicklung</b>			
<i>*Specialisation module Focus on Human Resources: Training, Coaching, Team Development</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2611	<b>Training, Coaching, Teamentwicklung</b> <i>Training, Coaching, Team Development</i> (G1 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Kotte	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Portfolioprfung (3 Teilleistungen): <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Erstellung eines Trainingskonzepts für ein spezielles Thema &amp; konkrete Zielgruppe sowie praktische Durchführung einer 45min. Trainingseinheit (50%)</li> <li>2. Schriftliches Reflexionspapier zu KI-Coaching (25%)</li> <li>3. Erstellen und mündliche Präsentation eines Posters zu Teamentwicklung (25%)</li> </ol>	



	<p>Portfolio exam (3 components):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creation of a training design for a specific topic &amp; target group and practical implementation of a 45-minute unit (50%)</li> <li>2. Written reflection paper on AI coaching (25%)</li> <li>3. Creation and oral presentation of a poster on team development (25%)</li> </ol>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studierende verstehen Gemeinsamkeiten, Unterschiede und Anwendungsbereiche der drei PE-Formate und können sie in den größeren HR- und organisationalen Kontext einordnen.</li> <li>- Sie kennen die theoretischen und empirischen Grundlagen von Training, Coaching und Teamentwicklung und können sie evidenzbasiert bewerten.</li> <li>- Studierende haben ausgewählte Trainings-, Coaching- und Moderationsmethoden praktisch erprobt/ durchgeführt (z.B. Gesprächsführungstechniken, kollegiale Beratung, KI-Coaching).</li> <li>- Sie reflektieren aktuelle Entwicklungen bzgl. Digitalisierung und KI und deren Relevanz für Training, Coaching und Teamentwicklung.</li> <li>- Sie können Herausforderungen von Training, Coaching und Teamentwicklung in der Praxis einschätzen.</li> <li>- <i>Students understand the similarities, differences, and fields of application of the three PE interventions and are aware of their broader HR and organizational context.</i></li> <li>- <i>They are familiar with the theoretical and empirical foundations of training, coaching, and team development and can assess them based on evidence.</i></li> <li>- <i>Students have tested/implemented selected training, coaching, and facilitation methods in practice (e.g., communication techniques, peer counselling, AI coaching).</i></li> <li>- <i>They reflect on current developments in digitalization and AI and their relevance for training, coaching, and team development.</i></li> <li>- <i>They are aware of challenges of training, coaching, and team development in practice.</i></li> </ul>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Training, Coaching, Teamentwicklung im Kontext der PE</li> <li>- Training: Trainingsvarianten, Stand der Forschung zu Wirksamkeit und Wirkfaktoren; Trainingskonzeption, -didaktik und -evaluation inkl. Anwendung; Vor- und Nachteile als PE-Maßnahme</li> <li>- Coaching: Begriffsklärung, Coachingvarianten, Stand der Forschung zu Wirksamkeit und Wirkfaktoren, relevante Konzepte und Theorien, Coaching-Techniken/-Methoden inkl. Anwendung, Vor- und Nachteile als PE-Maßnahme, Einblicke in den Coaching-Markt</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Teamentwicklung: Begriffsklärung, Teamentwicklungsformate: Team Training, Team Debriefing, Team Workshops inkl. Vor- und Nachteilen, Stand der Forschung zu Wirksamkeit und Wirkfaktoren, ggf. Praxisimpuls(e)</li><li>- Aktuelle Entwicklungen: Digitalisierung und KI in Training, Coaching und Teamentwicklung</li><li>- Training, coaching, team development within the HRD context</li><li>- Training: Types of training, state of research on outcome and influencing factors; training design, didactics and evaluation, incl. practical application; advantages and disadvantages as an HRD intervention</li><li>- Coaching: Definition, types of coaching, state of research on outcome and influencing factors; relevant concepts and theories, coaching techniques/methods, incl. practical application; advantages and disadvantages as an HRD interventions, insights into the coaching market</li><li>- Team development (TD): Definition, TD formats: team training, team debriefing, team workshops, incl. advantages and disadvantages; state of research on outcome and influencing factors, practical insights</li><li>- Current trends: Digitalization and AI in training, coaching, and team development.</li></ul>
Internationalität <i>International applicability</i>	Es werden internationale Bezüge hergestellt, wenn möglich. <i>References to international contexts are made when applicable.</i>
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	<p>Kauffeld, S. (2016). <i>Nachhaltige Personalentwicklung und Weiterbildung: Betriebliche Seminare und Trainings entwickeln, Erfolge messen, Transfer sichern</i> (2. Aufl.). <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-662-48130-1">https://doi.org/10.1007/978-3-662-48130-1</a></p> <p>S. Greif, H. Möller, W. Scholl, J. Passmore &amp; F. Müller (Hrsg.) (2022). <i>International Handbook of Evidence-Based Coaching - Theory, Research and Practice</i>. Springer. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-030-81938-5_5">https://doi.org/10.1007/978-3-030-81938-5_5</a></p> <p>Lacerenza, C. N., Marlow, S. L., Tannenbaum, S. I., &amp; Salas, E. (2018). Team development interventions: Evidence-based approaches for improving teamwork. <i>American Psychologist</i>, 73(4), 517–531. <a href="https://doi.org/10.1037/amp0000295">https://doi.org/10.1037/amp0000295</a></p>
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i></li><li>- Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i></li><li>- Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></li></ul>



<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Training, Coaching, Teamentwicklung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p>Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h)</p> <p>Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p><i>Training, Coaching, Team Development</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p> <p><i>Practical project: Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h)</p> <p><i>Personnel Psychological Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Schwerpunkt Personal (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h)</p> <p><i>Specialisation Module Focus on Human Resources</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i></p>	<p>Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i></p> <p>Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>



Schwerpunkt Personal: Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik			
*Specialisation module Focus on Human Resources: Personnel psychological aptitude and potential diagnostics			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2612	<b>Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik</b> Personnel psychological aptitude and potential diagnostics (G2 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) Master Business Psychology (M.Sc.)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Mücke	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul Compulsory Elective Module	
Semester <i>Term</i>		2. Semester 2.Term	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine None	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schriftl. Prüfung 60 Min. Written Exam (60 Minutes)</li> <li>- Zusätzlich freiwillige Bonusleistung (i.S.v. §14 APO): Erfolgreiche Bearbeitung von drei Übungsaufgaben im Laufe des Semesters (die jeweiligen Bestehensgrenzen sowie der organisatorische Ablauf werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben). Additional voluntary bonus achievements (in the sense of §14 APO): Successful completion of four tasks in the course</li> </ul>	



	<p>of the semester (the respective pass limits and the organizational procedure will be announced at the beginning of the semester).</p>
<p>Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i></p>	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- verfügen über fundierte Kenntnisse zentraler Konzepte sowie Methoden der Qualitätssicherung in der psychologischen Diagnostik</li><li>- sind befähigt selbstständig eine Anforderungsanalyse durchzuführen</li><li>- kennen den diagnostischen Prozess und sind in der Lage, einen komplexen Untersuchungsplan für ein (sequentielles) eignungsdiagnostisches Verfahren zu erstellen</li><li>- können geeignete personaldiagnostischer Instrumente entsprechend der diagnostischen Fragestellung auswählen, (ggf. auch im Selbstversuch) durchführen, auswerten und interpretieren</li><li>- können praxisnahe Problemstellungen aus dem Bereich der Personaldiagnostik in präzise, wissenschaftlich fundierte diagnostische Fragestellungen überführen</li><li>- können diagnostische Ergebnisse zielgruppengerecht aufbereiten und kommunizieren</li><li>- verstehen die Möglichkeiten und Grenzen typischer eignungsdiagnostischer Vorgehensweisen in der Praxis</li></ul> <p>Students:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- possess in-depth knowledge of core concepts and quality assurance methods in psychological assessment</li><li>- are able to independently conduct a job analysis</li><li>- understand the diagnostic process and are capable of designing a complex assessment plan for a (sequential) psychological assessment procedure</li><li>- are able to select appropriate instruments in line with the diagnostic objective, administer them (including self-administration where appropriate), score, evaluate, and interpret the results</li><li>- can translate practical, applied problems in the field of psychological assessment into precise, theory-driven diagnostic questions grounded in scientific methodology</li><li>- are able to prepare and communicate assessment results in a manner tailored to different target audiences</li><li>- understand the opportunities and limitations of common assessment approaches in organizational practice</li></ul>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Anwendungsfälle und Fragestellungen aus dem Bereich der Personaldiagnostik (insb. Personalauswahl und Mitarbeiterbewertung)</li><li>- Qualitätsstandards für berufsbezogene Eignungsbeurteilungen (DIN 33430)</li><li>- Durchführung einer Anforderungsanalyse</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Entwicklung eines anforderungsadäquaten Konzepts zur Durchführung eignungsdiagnostischer Verfahren (z.B. Planung mehrstufiger Personalauswahlprozesse, Potentialanalysen, oder Assessment Center)</li><li>- Auswahl geeigneter personaldiagnostischer Instrumente und eignungsdiagnostischer Ansätze</li><li>- Durchführung, Auswertung, und Evaluation eignungsdiagnostischer Verfahren</li><li>- Zielgruppengerechte Kommunikation diagnostischer Ergebnisse</li><li>- Aktuelle Entwicklungen: Digitalisierung und KI in der Eignungs- &amp; Potenzialdiagnostik</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- Application contexts and key issues in psychological assessment, particularly in personnel selection and employee performance appraisal</li><li>- Quality standards for psychological assessment (e.g., DIN 33430)</li><li>- Conducting a job analysis</li><li>- Development of a requirement-based concept for implementing psychological assessment procedures (e.g., design of multi-stage selection processes, potential assessments, or assessment centers)</li><li>- Selection of appropriate psychological assessment instruments and approaches</li><li>- Administration, scoring, and evaluation of selection and assessment procedures</li><li>- Target group-oriented communication of assessment results</li><li>- Current developments: digitalization and artificial intelligence (AI) in psychological assessment</li></ul>
Internationalität <i>International applicability</i>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p><i>In the context of the different thematic areas, international references are also regularly made.</i></p>
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Diagnostik- und Testkuratorium (Hrsg.) (2018) Personalauswahl kompetent gestalten: Grundlagen und Praxis der Eignungsdiagnostik nach DIN 33430. Berlin: Springer.</li><li>- Kanning, U. P., &amp; Ohlms, M. L. (2024). Digitale Personalauswahl und Eignungsdiagnostik. Berlin: Springer.</li><li>- Schmidt-Atzert, L., Krumm, S. &amp; Amelang, M. (2021) Psychologische Diagnostik. (6. Aufl.). Berlin: Springer.</li><li>- Schuler, H. (2014). Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung (4. Auflage). Göttingen: Hogrefe.</li></ul>



Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i></li> <li>- Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i></li> <li>- Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></li> </ul>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	<p>Training, Coaching, Teamentwicklung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p>Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h)</p> <p>Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p><i>Training, Coaching, Team Development</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p> <p><i>Personnel psychological aptitude and potential diagnostics</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h)</p> <p><i>Practical project: Personnel Psychological Consulting</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p>
Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i>	<p>Schwerpunkt Personal (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h)</p> <p><i>Specialisation Module Focus on Human Resources</i> (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)</p>
Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i>	Deutsch <i>German</i>
Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i>	Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i>
Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i>	Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i>  Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i>
Teilnahme werdender Müt- ter	Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i>



<i>Participation of pregnant students</i>	
---	--



<b>Schwerpunkt Personal: Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting</b>			
<i>*Specialisation module Focus on Human Resources: Practical project: Personnel Psychological Consulting</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2613	<b>Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting</b> <i>Practical project: Personnel Psychological Consulting</i> (G3 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Mücke	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Projektarbeit mit mdl. Präsentation <i>Research/ Working paper and presentation</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden können ein Anliegen eines Praxispartners systematisch analysieren, daraus eine klar abgegrenzte, wissenschaftlich fundierte personalpsychologische Fragestellung entwickeln und diese im Rahmen einer strukturierten Auftragsklärung präzisieren.</li> <li>- Die Studierenden können aktuelle wissenschaftliche Literatur recherchieren, kritisch bewerten und synthetisieren so-</li> </ul>	



	<p>wie auf dieser Grundlage ein evidenzbasiertes personalpsychologisches Interventions- oder Analysekonzept entwickeln, das theoriegeleitet und praxisadäquat ist.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Die Studierenden können ihr Maßnahmen- bzw. Analysekonzept adressatengerecht präsentieren, Stakeholder-Interessen sowie Umsetzungsbedingungen berücksichtigen und ihren eigenen Beratungs- und Projektprozess kritisch reflektieren.</li><li>- Students are able to systematically analyze a practice partner's request, derive a clearly defined and scientifically grounded personnel-psychological research question, and refine it within a structured contracting process.</li><li>- Students are able to research, critically evaluate, and synthesize current scientific literature and, based on this, develop an evidence-based personnel-psychological intervention or analysis concept that is theory-driven and suitable for practical implementation.</li><li>- Students are able to present their intervention or analysis concept in a target-group-oriented manner, take stakeholder interests and implementation conditions into account, and critically reflect on their own consulting and project management process.</li></ul>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Akquise von/ Auftragsklärung mit einem Praxispartner (Unternehmen) und Erarbeitung einer aktuellen, relevanten personalpsychologischen Fragestellung auf Grundlage des vom Praxispartner geäußerten Anliegen/Ziels</li><li>- Recherche und Synthese aktueller wissenschaftlicher Literatur zur Fragestellung (Theorien, empirische Befunde, praktische Implikationen)</li><li>- Entwicklung eines detaillierten, evidenzbasierten Konzepts für eine personalpsychologische Maßnahme oder Analyse, basierend auf der Literatursynthese und in Abstimmung mit dem Praxispartner</li><li>- Präsentation des Maßnahmenkonzepts bzw. der Analysestrategie für Praxispartner inkl. Berücksichtigung von Stakeholder-Interessen und Herausforderungen in der praktischen Umsetzung</li><li>- Kritische Reflexion des eigenen Projektmanagement- und Beratungsprozesses</li><li>- Acquisition of / clarification of the assignment with a practice partner (company) and development of a current, relevant personnel-psychological research question based on the concern/goal expressed by the practice partner</li><li>- Research and synthesis of current scientific literature related to the research question (theories, empirical findings, practical implications)</li><li>- Development of a detailed, evidence-based concept for a personnel-psychological intervention or analysis, based on</li></ul>



	<p>the literature synthesis and in coordination with the practice partner</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentation of the intervention concept or analysis strategy to the practice partner, including consideration of stakeholder interests and challenges in practical implementation</li> <li>- Critical reflection on one's own project management and consulting process</li> </ul>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Im Kontext der einzelnen inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig auch internationale Bezüge hergestellt.</p> <p><i>In the context of the different thematic areas, international references are also regularly made.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ellebracht, H., Lenz, G. &amp; Osterhold, G. (2018). Systemische Organisations- und Unternehmensberatung: Praxishandbuch für Berater und Führungskräfte (5. Aufl.). Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Hillebrecht, S. W., &amp; Peiniger, A. A. (2015). Grundkurs Personalberatung. Wiesbaden: Springer.</li> <li>- König, E., Volmer-König, G. &amp; Fleer, Y. (2022) Mini-Handbuch Systemische Organisationsberatung. Weinheim: Beltz.</li> <li>- Wastian, M., Braumandl, I., Rosenstiel, L.v. &amp; West, M. (2018). Angewandte Psychologie für das Projektmanagement: Ein Praxisbuch für die erfolgreiche Projektleitung (3. Aufl.). Heidelberg: Springer.</li> </ul>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i></li> <li>- Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i></li> <li>- Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></li> </ul>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Training, Coaching, Teamentwicklung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p>Personalpsychologische Eignungs- und Potenzialdiagnostik (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h)</p> <p>Praxisprojekt: Personalpsychologisches Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p><i>Training, Coaching, Team Development (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</i></p>



	<p>Personnel psychological aptitude and potential diagnostics (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h)</p> <p>Practical project: Personnel Psychological Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Schwerpunkt Personal (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h)</p> <p>Specialisation Module Focus on Human Resources (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. Every summer term</p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i></p>	<p>Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession.</p> <p>Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. A subsequent master thesis makes sense.</p>
<p>Teilnahme werdender Müt- ter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)</p>

## Schwerpunkt Markt

<b>Schwerpunkt Markt: Customer Experience Management</b>			
<i>*Specialisation module Market: Customer Experience Management</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2614	<b>Customer Experience Management</b> <i>Customer Experience Management</i> (H1 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Bertels / Prof. Dr. Aryobsei	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Portfolioprüfung (drei Teilleistungen, von welchen eine mündlich erfolgen kann. Im Übrigen handelt es sich um schriftliche Teilleistungen, die insgesamt nicht mehr als 15 Seiten umfassen) <i>Portfolio assessment</i> (three parts, one of which may be oral. The other parts are written and must not exceed a total of 15 pages)	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:	



- Customer Experience (CX) begrifflich präzise zu definieren und gegenüber verwandten Konzepten wie Kundenzufriedenheit oder User Experience abzugrenzen.
- CX aus einer wirtschaftspsychologischen Perspektive zu erklären und zentrale psychologische Mechanismen systematisch einzuordnen.
- Customer Journeys und Touchpoints methodisch fundiert zu analysieren sowie deren psychologische Wirkmechanismen zu bewerten.
- qualitative und quantitative Instrumente zur Messung von CX kritisch zu reflektieren, anwendungsorientiert auszuwählen und anzuwenden.
- Zentrale Treiber von CX und relevante Einflussfaktoren auf Kundenerleben zu identifizieren.
- Strategische Ziele des CX-Managements zu entwickeln und in konsistente Maßnahmenprogramme zu überführen.
- Evidenzbasierte Verbesserungskonzepte für Organisationen zu konzipieren, zu argumentieren und adressatengerecht zu präsentieren.
- Typische Implementierungsbarrieren von CX-Initiativen kritisch zu analysieren.
- Aktuelle wissenschaftliche Forschung zu Customer Experience zu rezipieren, einzuordnen und praxisbezogen zu bewerten.
- Ethische Fragestellungen im Kontext von Experience-Gestaltung kritisch zu reflektieren.

Die Studierenden entwickeln damit sowohl analytische als auch konzeptionelle Kompetenzen und sind befähigt, Customer Experience als strategisches Steuerungskonzept in Organisationen einzuordnen, anzuwenden und weiterzuentwickeln.

After successfully completing the module, students will be able to:

- Precisely define customer experience (CX) and distinguish it from related concepts such as customer satisfaction or user experience.
- Explain CX from a business psychology perspective and systematically classify key psychological mechanisms.
- Methodically analyze customer journeys and touchpoints and evaluate their psychological mechanisms of action.
- Critically reflect on qualitative and quantitative instruments for measuring CX, select them for specific applications and apply them.
- Identify key drivers of CX and relevant factors influencing customer experience.
- Develop strategic goals for CX management and translate them into consistent action plans.
- Design evidence-based improvement concepts for organizations, argue for them and present them in a manner appropriate to the target audience.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Critically analyze typical implementation barriers to CX initiatives.</li> <li>- Review, classify and evaluate current scientific research on customer experience in a practical context.</li> <li>- Critically reflect on ethical issues in the context of experience design.</li> </ul> <p>Students thus develop both analytical and conceptual skills and are able to classify, apply and further develop customer experience as a strategic management concept in organizations.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Grundlagen der Customer Experience</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriffsdefinition und konzeptionelle Abgrenzung zu anderen relevanten Konstrukten</li> <li>- Psychologische Grundlagen der Kundenerfahrung</li> </ul> </li> <li><b>2. Persona und Customer Journey-Analyse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buyer-Persona-Konzept</li> <li>- Customer Journey Mapping</li> <li>- Typische Fehler und Grenzen von Journey-Modellen</li> </ul> </li> <li><b>3. Messung und Forschung in CX</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualitative Methoden</li> <li>- Quantitative Messansätze</li> <li>- Aktuelle empirische Forschung zu Customer Experience</li> </ul> </li> <li><b>4. Gestaltung und Management von CX</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung von CX-Zielen und CX-Strategien</li> <li>- CX-Maßnahmen</li> <li>- Exkurs: Candidate / Employee Experience</li> </ul> </li> <li><b>5. Organisationale Einbettung und Change Management</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisationale Einbettung ins Unternehmen</li> <li>- Change-Management im Rahmen von CX-Transformationen</li> </ul> </li> <li><b>6. Anwendung und Reflexion</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ethik und Verantwortung</li> <li>- Fallstudien</li> </ul> </li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Fundamentals of customer experience</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition of terms and conceptual differentiation from other relevant constructs</li> <li>- Psychological fundamentals of customer experience</li> </ul> </li> <li><b>2. Persona and customer journey analysis</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buyer persona concept</li> <li>- Customer journey mapping</li> <li>- Typical errors and limitations of journey models</li> </ul> </li> <li><b>3. Measurement and research in CX</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualitative methods</li> <li>- Quantitative measurement approaches</li> <li>- Current empirical research on customer experience</li> </ul> </li> <li><b>4. Design and management of CX</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Development of CX goals and CX strategies</li> <li>- CX measures</li> <li>- Excursus: Candidate/employee experience</li> </ul> </li> <li><b>5. Organizational embedding and change management</b></li> </ol>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizational embedding in the company</li> <li>- Change management in the context of CX transformations</li> </ul> <p><b>6. Application and reflection</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ethics and responsibility</li> <li>- Case studies</li> </ul>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Es werden internationale Bezüge hergestellt, wenn möglich. <i>References to international contexts are made when applicable.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Vorlesungsskript mit Literaturangaben, Fallstudien, wissenschaftliche Zeitschriftenaufsätze <i>Lecture notes with references, case studies, scientific journal articles</i></p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i></li> <li>- Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i></li> <li>- Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></li> </ul>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p>Ethik &amp; Konsum (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h)</p> <p>Praxisprojekt: Marktforschung &amp; Beratung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p><i>Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</i></p> <p><i>Ethics and Consumption (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h)</i></p> <p><i>Practical project: Market Research &amp; Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</i></p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Schwerpunkt Markt (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h)</p> <p><i>Specialisation Module Market (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)</i></p>



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



<b>Schwerpunkt Markt: Ethik &amp; Konsum</b>			
<i>*Specialisation module Market: Ethics &amp; Consumption</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2615	<b>Ethik &amp; Konsum</b> <i>Ethics and Consumption</i> (H2 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Keil	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Schriftl. Prüfung (60 Min.) <i>Written exam (60 minutes)</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis zentraler ethischer Fragestellungen im Kontext von Konsum, Marketing und Marktkommunikation. Sie sind in der Lage, individuelle Konsumententscheidungen sowie unternehmerische und gesellschaftliche Einflussfaktoren aus ethischer, psychologischer und sozialwissenschaftlicher Perspektive zu analysieren und kritisch zu reflektieren. Die Studierenden können zentrale theoretische Ansätze auf konkrete Praxisbeispiele anwenden, ethische Konfliktlagen identifizieren und unterschiedliche normative Positionen argumentativ gegeneinander abwägen. Darüber hinaus	



	<p>entwickeln sie die Fähigkeit, aktuelle Konsumphänomene wie nachhaltigen Konsum, Greenwashing, datenbasierte Beeinflussung, soziale Normen und konsumbezogene Verantwortung wissenschaftlich fundiert zu beurteilen und eigene begründete Positionen zu formulieren.</p> <p>Students acquire an advanced understanding of key ethical issues in the context of consumption, marketing, and market communication. They are able to analyse and critically reflect on individual consumption decisions as well as organisational and societal influencing factors from ethical, psychological, and social science perspectives. Students can apply key theoretical approaches to concrete practical examples, identify ethical conflicts, and weigh different normative positions in a reasoned manner. In addition, they develop the ability to assess current consumption-related phenomena such as sustainable consumption, greenwashing, data-driven influence, social norms, and consumer responsibility on a scientifically informed basis and to formulate their own well-founded positions.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Die Veranstaltung behandelt grundlegende und vertiefende Fragen der Konsumethik. Dazu gehören normative Grundlagen ethischer Bewertung, psychologische und soziale Einflussfaktoren des Konsumverhaltens, Spannungsfelder zwischen Konsumentenmacht und struktureller Ohnmacht sowie ethische Herausforderungen in Werbung, Marktforschung und digitaler Marktbeeinflussung. Weitere Inhalte sind nachhaltiger und verantwortungsvoller Konsum, Greenwashing, soziale und ökologische Verantwortung von Unternehmen, die Rolle von Transparenz, Information und Regulierung sowie aktuelle Entwicklungen im Spannungsfeld von Markt, Moral und gesellschaftlicher Verantwortung. Theoretische Perspektiven werden mit anwendungsbezogenen Fallbeispielen und aktuellen gesellschaftlichen Debatten verknüpft.</p> <p>The course covers foundational and advanced issues in the ethics of consumption. Topics include normative foundations of ethical evaluation, psychological and social determinants of consumer behaviour, tensions between consumer power and structural powerlessness, and ethical challenges in advertising, market research, and digital market influence. Further topics include sustainable and responsible consumption, greenwashing, the social and environmental responsibilities of companies, the role of transparency, information, and regulation, as well as current developments at the intersection of markets, morality, and societal responsibility. Theoretical perspectives are linked to applied case studies and current public debates.</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die in der Veranstaltung behandelten Fragestellungen sind in hohem Maße international anschlussfähig, da Konsumethik, Nachhaltigkeit, Werbung, digitale Beeinflussung und unterneh-</p>



	<p>merische Verantwortung globale Relevanz besitzen. Internationale Fallbeispiele, länderübergreifende Entwicklungen sowie vergleichende Perspektiven auf regulatorische, kulturelle und marktbezogene Unterschiede können in die Lehre einbezogen werden. Die Veranstaltung fördert damit die Fähigkeit, ethische Herausforderungen des Konsums auch im internationalen und interkulturellen Kontext zu analysieren und zu bewerten.</p> <p>The issues addressed in this course are highly relevant in an international context, as consumer ethics, sustainability, advertising, digital influence, and corporate responsibility are global concerns. International case studies, cross-national developments, and comparative perspectives on regulatory, cultural, and market-related differences can be integrated into the course. The module therefore fosters the ability to analyse and evaluate ethical challenges of consumption in international and intercultural contexts.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Grundlage der Lehrveranstaltung sind Vorlesungsunterlagen, ausgewählte Buchkapitel sowie aktuelle wissenschaftliche Fachartikel. Ergänzend werden anwendungsbezogene Fallbeispiele, mediale Materialien und ausgewählte Praxisquellen herangezogen. Die jeweils relevante Literatur wird im Verlauf der Veranstaltung bekannt gegeben.</p> <p>The course is based on lecture materials, selected book chapters, and current academic journal articles. In addition, applied case studies, media materials, and selected practice-oriented sources are used. Relevant literature will be announced during the course.</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i></li> <li>- Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i></li> <li>- Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></li> </ul>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p>Ethik &amp; Konsum (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h)</p> <p>Praxisprojekt: Marktforschung &amp; Beratung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p><i>Customer Experience Management</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p>



	<p>Ethics and Consumption (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h)</p> <p>Practical project: Market Research &amp; Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Schwerpunkt Markt (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h)</p> <p>Specialisation Module Market (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. Every summer term</p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i></p>	<p>Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. Academic level qualifying for a profession.</p> <p>Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. A subsequent master thesis makes sense.</p>
<p>Teilnahme werdender Müt- ter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) Not problematic (traffic light green)</p>



<b>Schwerpunkt Markt: Praxisprojekt: Marktforschung &amp; Beratung</b>			
<i>*Specialisation module Market: Practical project: Market Research &amp; Consulting</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2616	<b>Praxisprojekt: Marktforschung &amp; Beratung</b> <i>Practical project: Market Research &amp; Consulting</i> (H3 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Keil	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/15	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Wahlpflichtmodul <i>Compulsory Elective Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2. Term</i>	
Dauer der Veranstaltung <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Projekt- oder Studienarbeit mit/ohne mdl. Präsentation <i>Project paper or term paper with or without oral presentation</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, praxisrelevante Fragestellungen aus den Bereichen Marktforschung und Beratung systematisch zu analysieren und auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten. Sie lernen, Forschungs- und Beratungsprojekte problemorientiert zu strukturieren, geeignete methodische Zugänge auszuwählen sowie Daten adressatengerecht auszuwerten und zu interpretieren. Darüber hinaus entwickeln sie Kompetenzen in der Entwicklung von Handlungsempfehlungen für Praxispartner, in der verständlichen Aufbereitung von Ergeb-	



	<p>nissen sowie in der reflektierten Verbindung von wissenschaftlichem Anspruch und praktischer Umsetzbarkeit. Die Studierenden stärken zudem ihre Fähigkeiten im Projektmanagement, in der Teamarbeit, in der professionellen Kommunikation sowie im Umgang mit realen Anforderungen und Zielkonflikten in markt-orientierten Anwendungskontexten.</p> <p>Students acquire the ability to systematically analyse practice-oriented questions in the fields of market research and consulting and to address them on a scientific basis. They learn how to structure research and consulting projects in a problem-oriented way, select appropriate methodological approaches, and analyse and interpret data for different target audiences. In addition, they develop competences in deriving recommendations for practice partners, presenting findings in a clear and audience-appropriate manner, and combining academic rigour with practical feasibility. Students also strengthen their skills in project management, teamwork, professional communication, and dealing with real-world requirements and conflicting objectives in market-oriented applied contexts.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Die Veranstaltung behandelt die Planung, Durchführung und Auswertung praxisnaher Projekte im Bereich Marktforschung und Beratung. Inhalte sind insbesondere die Entwicklung und Präzisierung von Forschungs- oder Beratungsfragestellungen, die Abstimmung mit Praxispartnern, die Auswahl und Anwendung geeigneter qualitativer und quantitativer Methoden, die strukturierte Datenauswertung sowie die Ableitung praxisrelevanter Implikationen und Empfehlungen. Weitere Bestandteile sind die adressatengerechte Ergebnisdarstellung, die Präsentation von Projektergebnissen, die Reflexion methodischer und praktischer Herausforderungen sowie die Auseinandersetzung mit Gütekriterien, Umsetzbarkeit und wissenschaftlicher Fundierung im Anwendungskontext.</p> <p>The course covers the planning, implementation, and evaluation of practice-oriented projects in the fields of market research and consulting. Key topics include the development and refinement of research or consulting questions, coordination with practice partners, the selection and application of suitable qualitative and quantitative methods, the structured analysis of data, and the derivation of practice-relevant implications and recommendations. Further components include audience-oriented presentation of results, the communication of project outcomes, reflection on methodological and practical challenges, and the discussion of quality criteria, feasibility, and academic soundness in applied contexts.</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Die in der Veranstaltung vermittelten Inhalte und Kompetenzen sind grundsätzlich international einsetzbar, da Marktforschung und Beratung in unterschiedlichen Ländern und Märkten eine zentrale Rolle spielen. Forschungsdesigns, Beratungslogiken</p>



	<p>sowie Fragen der Datenerhebung, Interpretation und Ergebnispräsentation lassen sich auf internationale und interkulturelle Kontexte übertragen. Je nach Projektstellung können zudem internationale Marktgegebenheiten, kulturelle Unterschiede im Konsumverhalten sowie länderspezifische Anforderungen an Forschung und Beratung berücksichtigt werden. Die Veranstaltung fördert damit die Fähigkeit, marktorientierte Fragestellungen auch in internationalen Anwendungszusammenhängen professionell zu bearbeiten.</p> <p>The contents and competences taught in this course are generally applicable in international settings, as market research and consulting play a key role across different countries and markets. Research designs, consulting approaches, as well as issues of data collection, interpretation, and presentation of results can be transferred to international and intercultural contexts. Depending on the project, international market conditions, cultural differences in consumer behaviour, and country-specific requirements for research and consulting may also be taken into account. The course therefore fosters the ability to address market-related questions professionally in international application contexts.</p>
Lehrmaterialien <i>Bibliography</i>	<p>Grundlage der Lehrveranstaltung sind projektbezogene Arbeitsmaterialien, Vorlesungs- und Seminarunterlagen, methodische Leitfäden sowie ausgewählte wissenschaftliche Fachliteratur aus den Bereichen Marktforschung, Beratungsforschung und angewandte Sozialforschung. Ergänzend können Materialien der jeweiligen Praxispartner sowie aktuelle anwendungsbezogene Quellen einbezogen werden. Die jeweils relevante Literatur wird projekt- und themenspezifisch im Verlauf der Veranstaltung bekannt gegeben.</p> <p>The course is based on project-related working materials, lecture and seminar documents, methodological guidelines, and selected academic literature from the fields of market research, consulting research, and applied social research. In addition, materials provided by the respective practice partners and current application-oriented sources may be included. Relevant literature will be announced during the course depending on the specific project and topic.</p>
Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Seminaristischer und interaktiver Unterricht <i>Lecture</i></li><li>- Fallstudien (problemorientiert) <i>Case Study</i></li><li>- Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></li></ul>
Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i>	Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)



	<p>Ethik &amp; Konsum (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 60h/ Workload 90h)</p> <p>Praxisprojekt: Marktforschung &amp; Beratung (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p>Customer Experience Management (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p> <p>Ethics and Consumption (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30 h/self-study 60 h/ Workload 90 h)</p> <p>Practical project: Market Research &amp; Consulting (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60 h/self-study 120 h/ Workload 180 h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Schwerpunkt Markt (10 SWS) / (15 ECTS) (Kontaktzeit 150h/Selbststudium 300h/ Workload 450h)</p> <p>Specialisation Module Market (10 SWS) / (15 ECTS) (contact time 150h/self-study 300h/ Workload 450h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i></p>	<p>Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i></p> <p>Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Müt- ter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>



<b>Methoden: Data Analytics</b>			
<i>*Methods: Data Analytics</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2607	<b>Data Analytics</b> <i>Data Analytics</i> (A2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Morawski	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine. <i>None.</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Schriftliche Prüfung 60 Minuten <i>Written Exam 60 Min.</i>	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Kenntnis der wichtigsten Methoden der explorativen Datenanalyse, ihrer Anwendungsfelder, Stärken und Schwächen. Eigenständige Vorbereitung und Durchführung von Datenanalysen und Interpretation der Ergebnisse, Praktische Umsetzung der Modelle in R <i>Knowledge of the main methods of exploratory data analysis, their fields of application, strengths and weaknesses.</i>	



	<p>Independent preparation and execution of data analyses and interpretation of the results.</p> <p>Practical implementation of the models in R.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Einführung in Data Analytics Erweiterte Regressionsanalyse Clusteranalyse Entscheidungsbäume und Ensemble Methoden Hauptkomponenten- und Faktorenanalyse Grundlagen von KNN Anwendungen in R</p> <p>Introduction to Data Analytics Advanced Regression Analysis Cluster Analysis Decision Trees and Ensemble Methods PCA and Factor Analysis Basics of Neural Networks Applications in R</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Inhalte der Vorlesung sind universal gültig.</p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Gareth, Witten, Hastie, Tibshirani: An Introduction to Statistical Learning, Springer 2021</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i></p>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Multivariate statistische Verfahren <i>Multivariate statistical procedures</i> 4 SWS / 6 ECTS (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/Workload 180h)</p> <p>Data Analytics <i>Data Analytics</i> 2 SWS / 3 ECTS (contact time 30h/ self-study 60h/Workload 90h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Methoden (6 SWS) / (9 ECTS) (Kontaktzeit 90h/Selbststudium 180h/Workload 270h)</p> <p><i>Methods</i> (6 SWS) / (9 ECTS) (contact time 90h/self-study 180h/Workload 270h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch <i>German</i></p>



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

<b>Führung und Management: Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen</b> <i>*Leadership and management: Information processing for management decisions</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2609	<b>Informationsverarbeitung bei Führungsentscheidungen</b> <i>Information processing for management decisions</i> (C2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Rötzel	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		6/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Semester <i>Term</i>		2. Semester <i>2.Term</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Studienarbeit mit/ohne mündl. Präsentation	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		<u><i>In Bearbeitung</i></u>	
Lerninhalte <i>Content</i>		<u><i>In Bearbeitung</i></u>	



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



TH Aschaffenburg  
university of applied sciences



<b>Organisation, Change und Consulting: Cases in Change Consulting</b>			
<i>*Organisation, Change and Consulting: Cases in Change consulting</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2608	<b>Cases in Change Consulting</b> <i>Cases in Change Consulting</i> (D2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Prof. Dr. Lauer	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		3/9	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		2	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		2. Semester	
Semester <i>Term</i>		1 Semester 1 Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Besuch des ersten Teilmoduls dringend empfohlen. <i>Attendance at the first sub-module is strongly recommended.</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine <i>None</i>	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		Portfolioprüfung: - Stakeholderanalyse für das Fallstudienprojekt (schriftliche Ausarbeitung 3-5 Seiten) - Entwicklung einer konkreten Ausarbeitung für einen der Erfolgsfaktoren des Change-Managements in Bezug auf das Fallstudienprojekt (ca. 5 Seiten) - Präsentation des der Ausarbeitung bezüglich des Erfolgsfaktors im Rahmen der Gesamtstrategie für das Projekt  <i>Portfolio assessment:</i> - <i>Stakeholder analysis for the case study project (written paper, 3-5 pages)</i>	



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Development of a concrete paper on one of the success factors of change management in relation to the case study project (approx. 5 pages)</li><li>- Presentation of the paper on the success factor within the overall strategy for the project</li></ul>
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	<p>Studierende sind generell in der Lage, das erworbene theoretische Wissen über Change Management auf Praxisfälle und die entsprechende Projektsteuerung zu übertragen.</p> <p>Dies betrifft im Einzelnen vor allem:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- die Fähigkeit, bereits vollzogene Veränderungsprozesse kritisch auf deren Angemessenheit hin zu überprüfen</li><li>- auf Basis der Anwendung einer Stakeholder-Analyse mögliche Widerstände gegen Veränderungen zu eruieren</li><li>- eine spezifische Roadmap für konkrete Veränderungsprojekte zu entwickeln</li><li>- geeignete Methoden und Tools für geplante Veränderungsprozesse auszusuchen</li><li>- diese Tools und Methoden am Beispiel eines konkreten Veränderungsvorhabens zu konkretisieren</li></ul> <p>Students are generally able to apply the theoretical knowledge they have acquired about change management to practical cases and the corresponding project management.</p> <p>In particular, this concerns:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- the ability to critically review change processes that have already been implemented in terms of their appropriateness</li><li>- identifying possible resistance to change on the basis of a stakeholder analysis</li><li>- developing a specific roadmap for concrete change projects</li><li>- selecting suitable methods and tools for planned change processes</li><li>- concretising these tools and methods using the example of a concrete change project</li></ul>
Lerninhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Recap Grundlagen Change Management unter Einsatz von Fallstudien</li><li>- Methode Stakeholder-Analyse in Theorie und Anwendung</li><li>- Konzeption von Change-Projekten anhand von Praxisfällen</li><li>- Entwicklung von Change Strategien für Praxisfälle unter Berücksichtigung wichtiger Erfolgsfaktoren des Change Managements</li><li>- Erfolgsfaktoren von Consulting</li><li>- Recap of change management fundamentals using case studies</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Method of stakeholder analysis in theory and practice</li> <li>- Designing change projects based on practical cases</li> <li>- Developing change strategies for practical cases, taking into account key success factors in change management</li> <li>- Success factors in consulting</li> </ul>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilweiser Einsatz von Fallstudien aus anderen Ländern</li> <li>- Partial use of case studies from other countries</li> </ul>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Harvard Business Review (2011): On Change Management. HBR's 10 Must Reads</p> <p>Lauer, T. (2021): Quick Guide Change Management. Was uns Case Studies lehren. SpringerGabler</p> <p>Lauer, T. (2019): Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 3. Aufl. Springer Gabler</p> <p>Vahs, D.; Weiland, A. (2020): Workbook - Change Management. Methoden und Techniken, 3. Auflage. Schäffer Poeschel</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i></p> <p>Übung <i>Practice</i></p> <p>Fallstudien <i>Case Study</i></p> <p>Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></p>
<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Transformations- &amp; Changemanagement (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p> <p>Cases in Change Consulting (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p> <p>Ringvorlesung: Wirtschaftspsychologisches Consulting in der Praxis (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p> <p><i>Transformation and Change Management</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h)</p> <p><i>Cases in Change Consulting</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</p> <p><i>Lecture series: Business psychology consulting in practice</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</p>



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



**Digitale Transformation: Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors**

*\*Digital Transformation: Psychology of Digital Transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors*

ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2610	<b>Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors</b> <i>Psychology of digital transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors</i> (E2 SPO 51 – M – WIP)
Studiengang <i>Field of studies</i>	Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>		
Modulverantwortliche <i>Course director</i>	Prof. Dr. Ďuranová		
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>	3/6		
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>	2		
Status <i>Type</i>	Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>		
Dauer des Moduls <i>Duration</i>	1. Semester		
Semester <i>Term</i>	2. Semester <i>2. Term</i>		
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>			
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>	Keine <i>None</i>		
Modulprüfung <i>Type of exam</i>	Studienarbeit mit Präsentation <i>research paper with presentation</i>		
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>	Die Studierenden können nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls evidenzbasierte Interventionen entwickeln zu den Inhalten: - Ursachen der Technologienutzung		



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Technologieakzeptanzmodelle: Messung, theoretische Grundlagen und empirische Evidenz</li> <li>- Herausforderungen bei der Technologieeinführung in Organisationen: Technologieakzeptanz, Usability und Human Factors.</li> </ul> <p>After successfully completing the module, students will be able to develop evidence-based interventions on the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Causes of technology use</li> <li>- Technology acceptance models: measurement, theoretical foundations and empirical evidence</li> <li>- Challenges in introducing technology into organizations: technology acceptance, usability and human factors.</li> </ul>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Ursachen der Technologienutzung Technologieakzeptanzmodelle: Messung, theoretische Grundlagen und empirische Evidenz Herausforderungen bei der Technologieeinführung in Organisationen: Technologieakzeptanz, Usability und Human Factors</p> <p>Causes of technology use Technology acceptance models: measurement, theoretical foundations and empirical evidence</p> <p>Challenges in introducing technology into organisations: technology acceptance, usability and human factors</p>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Internationale Bezüge werden hergestellt. <i>International references will be made.</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>Die Studierenden sollen englischsprachige wissenschaftliche Zeitschriftenaufsätze verwenden. <i>Students should use scientific journal papers written in English.</i></p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>Seminaristischer Unterricht <i>Lecture</i></p> <p>Übung <i>Practice</i></p> <p>Fallstudien <i>Case Study</i></p> <p>Geleitete Literaturrecherche <i>Instructed research</i></p>



<p>Einzelveranstaltungen des Moduls <i>Workload per Course Unit</i></p>	<p>Psychologie der digitalen Transformation 1: Digitalisierung und Gesundheit (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p> <p>Psychologie der digitalen Transformation 2: Technologieakzeptanz und Human Factors (2 SWS) / (3 ECTS) (Kontaktzeit 30h/Selbststudium 90h/ Workload 120h)</p> <p><i>Psychology of digital transformation 1: Digitalisation and health</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/self-study 90h/ Workload 120h)</p> <p><i>Psychology of digital transformation 2: Technology Acceptance and Human Factors</i> (2 SWS) / (3 ECTS) (contact time 30h/ self-study 90h/ Workload 120h)</p>
<p>Arbeitsaufwand (h)/ Gesamtworkload des Moduls <i>Workload</i></p>	<p>Digitale Transformation (4 SWS) / (6 ECTS) (Kontaktzeit 60h/Selbststudium 120h/ Workload 180h)</p> <p><i>Digital Transformation</i> (4 SWS) / (6 ECTS) (contact time 60h/self-study 120h/ Workload 180h)</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache <i>Language of instruction</i></p>	<p>Deutsch German</p>
<p>Häufigkeit des Angebots <i>Availability</i></p>	<p>Jedes Studienjahr im Sommersemester. <i>Every summer term</i></p>
<p>Verwendbarkeit im weiteren Studienverlauf / Level <i>Further applicability</i></p>	<p>Berufsqualifizierendes akademisches Niveau. <i>Academic level qualifying for a profession.</i></p> <p>Eine Masterarbeit kann sich sinnvollerweise anschließen. <i>A subsequent master thesis makes sense.</i></p>
<p>Teilnahme werdender Mütter <i>Participation of pregnant students</i></p>	<p>Unproblematisch (Ampel grün) <i>Not problematic (traffic light green)</i></p>

### Drittes Semester

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



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

<b>Masterprojekt: Masterseminar</b>			
<i>*Master Project: Master Seminar/ Research Seminar</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2617	<b>Masterseminar</b> Master Seminar/ Research Seminar (MP 1 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) Master Business Psychology (M.Sc.)	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Betreuende/-er Professorin/ Professor Thesis advisor	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		5/25	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		4	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul Compulsory Module	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester 1 Term	
Semester <i>Term</i>		3. Semester 3. Term	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Empfehlung: Die Module der Studiensemester 1 und 2 sollten erfolgreich abgeschlossen sein.  <i>The modules of the first and second term should have been completed.</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		Keine None	
Modulprüfung <i>Type of exam</i>		persönliche mündliche Präsentation zum Masterseminar oral presentation	
Lernergebnis/ Kompetenzen <i>Learning outcomes</i>		Im Masterprojekt bearbeiten die Studierenden eine Themenstellung nach Absprache mit dem betreuenden Professor/Professorin der Hochschule selbständig. Die Studierenden stellen nach Abschluss der übrigen Studienmodule sowohl die wissenschaftliche Qualifikation als auch das Verständnis für praktische Problemstellungen unter Beweis. Sie präsentieren die	



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



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



<b>Masterprojekt: Masterarbeit</b>			
<i>*Master Project: Master Thesis/ Dissertation</i>			
ECTS-Nr.	Vorlesung(en) <i>Title of Course Unit</i>	2618	<b>Masterarbeit</b> <i>Master Thesis/ Dissertation</i> (MP 2 SPO 53 – M - IMT)
Studiengang <i>Field of studies</i>		Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie (M.Sc.) <i>Master Business Psychology (M.Sc.)</i>	
Modulverantwortliche <i>Course director</i>		Betreuende/-er Professorin/ Professor <i>Thesis advisor</i>	
ECTS-Punkte (Credits) <i>Credits</i>		20/25	
Umfang (SWS) <i>Number of semester hours</i>		-	
Status <i>Type</i>		Pflichtmodul <i>Compulsory Module</i>	
Dauer des Moduls <i>Duration</i>		1 Semester <i>1 Term</i>	
Semester <i>Term</i>		3. Semester <i>3. Term</i>	
Teilnahmevoraussetzungen <i>Prerequisites</i>		Empfehlung: Die Module der Studiensemester 1 und 2 sollten erfolgreich abgeschlossen sein.  <i>The modules of the first and second term should have been successfully completed.</i>	
Voraussetzungen für die Teilnahme an der Modulprüfung <i>Conditions for admission to the examination</i>		<p>(1) Das Thema der Masterarbeit wird gemeinsam von dem oder der Studierenden und dem betreuenden Professor oder der Professorin und von der Prüfungskommission genehmigt. Die Ausgabe eines Themas an mehrere Studierende zur gemeinsamen Bearbeitung ist zulässig, sofern die individuelle Leistung des einzelnen Studierenden deutlich abgrenzbar und bewertbar ist.</p> <p>(2) Die Frist zur Bearbeitung der Masterarbeit vier Monate. Sie kann um höchstens 2 Monate verlängert werden, sofern die Gründe dafür vom Studierenden nicht zu vertreten sind.</p> <p>(3) Die Masterarbeit kann sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache verfasst werden. Sie ist in zwei gebundenen Exemplaren und darüber hinaus einmal in editierbarer Form auf Datenträger (z.B. CD-ROM) im Prüfungsamt abzugeben. Weiter ist die Masterarbeit in Form einer persönlichen mündlichen Präsentation zu erläutern.</p>	



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



	<p>The student has gained a sufficient overview over the scope of international business in order to formulate a research question and consult and agree with his supervising professor on a thesis project. The students use methods of time management in order to compile and complete a master dissertation on time and in line with proper standards of academic work.</p> <p>The students can work independently, systematic and coherently on a scholarly research problem over a long period of time. They identify the most pertinent academic literature for this topic, which is then used to serve as a basis for discussion in their work in order to provide a personal contribution to the area of academic research.</p> <p>The students are able to develop a logical structure to answering the research question, reflect on it and present in a consistent and academic manner.</p>
<p>Lerninhalte <i>Content</i></p>	<p>Masterprojekt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung und Abgrenzung einer Forschungsfrage</li> <li>- Anwendung fachtheoretischer und fachpraktischer Kenntnisse.</li> <li>- Bearbeitung einer theoretischen und fachpraktischen Fragestellung mit Hilfe der im Studium erlernten Methoden aus dem Bereich International Business in Absprache mit dem betreuenden Professor/Professorin der Hochschule.</li> <li>- Auffinden, Auswahl und Verarbeitung von relevanter wissenschaftlicher Literatur und Datenquellen</li> <li>- Nachvollziehbare und wissenschaftliche Darstellung des gewählten Projekts in der Masterarbeit.</li> </ul> <p>Master project</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Developing and defining the scope of a research question</li> <li>- Application of theory and practice-based knowledge.</li> <li>- Working on a theoretical and practice-based research question from the field of international business with the help of methods learnt during studies.</li> <li>- Finding, selecting, evaluating and utilizing relevant literature and data sources</li> <li>- Presentation of the thesis topic in a comprehensible and academic manner.</li> </ul>
<p>Internationalität <i>International applicability</i></p>	<p>Je nach Themenwahl gegeben. <i>Depends on each Master Thesis/ Dissertation</i></p>
<p>Lehrmaterialien <i>Bibliography</i></p>	<p>-</p>
<p>Veranstaltungstyp/ Lehrformen <i>Forms of instruction</i></p>	<p>-</p>



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