

Das Wahlfach Psychologie besteht aus drei der vier folgenden Vorlesungen (12 ECTS).

<b>Modul: Wahlfach Psychologie</b>		
<b>Lerninhalte:</b> Das Wahlfach soll einen Überblick über die Forschungsschwerpunkte der Wirtschaftspsychologie (Arbeits- und Organisationspsychologie & Markt- und Werbepsychologie) geben und die Problematik der Anwendung von psychologischen Kenntnissen in der Praxis deutlich machen. Ferner sollen wichtige sozialpsychologische Inhalte als zentrale Grundlage der Wirtschaftspsychologie vermittelt werden.		
<b>Lern- und Qualifikationsziele:</b> Die grundlegenden Begriffe und Methoden der Wirtschaftspsychologie sollen bekannt sein und korrekt angewendet werden. Ferner sollen Studierende die wichtigsten Theorien und empirischen Befunde des Fachgebiets kennen, verstehen, sowie deren wissenschaftliche und praktische Bedeutung einschätzen können.		
<b>Voraussetzungen:</b>		
<b>Formal:</b>		
<b>Inhaltlich:</b>		
<b>Lehrveranstaltungen und -form</b>	<b>Präsenzstudium</b>	<b>ECTS</b>
L1: Arbeits- und Organisationspsychologie	2	4
N1: Markt- und Werbepsychologie	2	4
K1: Sozialpsychologie I (VL)	2	4
K3: Sozialpsychologie II (VL)	2	4
ECTS Modul insgesamt		12
<b>Prüfungsform und -umfang</b>	Klausur (60 Min.); Modulnote entspricht dem Arithmetischen Mittel der drei Prüfungen	
<b>Dozent(en)/Modulverantwortlicher</b>	Zuständige Fachvertreter sind die Lehrstuhlinhaber der Lehrstühle Arbeits- und Organisationspsychologie des Lehrstuhls Konsumentenpsychologie und Ökonomische Psychologie, sowie die Inhaber*in des Lehrstuhls für Sozialpsychologie und des Lehrstuhls für Mikrosoziologie. Lehrende sind alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der angegebenen Lehrstühle sowie ggf. Lehrbeauftragte.	
<b>Angebotsturnus</b>	(Empfohlener Einstieg zum HWS) K1: FSS K3: HWS L1: HWS N1: HWS	
<b>Sprache</b>	Deutsch	
<b>Verwendbarkeit</b>	Mannheim Master in Management	

The elective subject Psychology requires the completion of at least three of the following four lectures (12 ECTS).

<b>Module: Psychology</b>	
<b>Contents:</b> The elective subject Psychology delivers an overview of the main research areas of Business Psychology (Industrial and Organizational Psychology & Consumer Psychology) and presents the problems which arise when elementary Psychology is applied in practice. Furthermore, the most important theories of Social Psychology, which are the foundations of Business Psychology, will be taught.	
<b>Learning Outcomes:</b> Students will be familiar with the basic terms and methods of Business Psychology and will be able to apply them correctly. Students will also be aware of and able to understand and evaluate the scientific and practical significance of the most important theories and empirical results of the subject area.	
<b>Prerequisites:</b> <b>Required:</b> <b>Recommended:</b>	
<b>Courses</b>	<b>Hours per Week</b> <b>ECTS</b>
L1: Industrial and Organizational Psychology (lecture)	2    4
N1: Consumer Psychology (lecture)	2    4
K1: Social Psychology I (lecture)	2    4
K3: Social Psychology II (lecture)	2    4
Total ECTS for module:    12	
<b>Form of Assessment</b>	Exam (60 min.) in each lecture; The overall grade is calculated by averaging the ECTS points of all graded partial examinations.
<b>Module coordinators/Lecturers</b>	The module coordinators are: a) the chair holders of the Departments of Industrial and Organizational Psychology and Consumer and Economic Psychology, b) the chair holders of the Departments of Social Psychology and Microsociology. The academic staff members of the above mentioned departments are appointed lecturers; external lecturers may also be employed.
<b>Offering</b>	(Start is recommended in the fall semester) K1: spring semester K3: fall semester L1: fall semester N1: fall semester
<b>Language</b>	German
<b>Range of Application</b>	Mannheim Master in Management