

Gültig für 2024.FS

Modulbezeichnung: Consumer Psychology	
Modulkürzel	w.BA.XX.3CoPsy-BD.XX
Beschreibung des Moduls	In diesem Modul werden die Grundlagen der Werbe- und Konsumentenpsychologie (z. B. zentrale Modelle) behandelt. Zum Beispiel, wie Geschichten als Mittel zur Beeinflussung eingesetzt werden oder wie Werbung gestaltet werden muss. Dabei bauen wir auf den Grundlagen der kognitiven Psychologie (Wahrnehmung, Aufmerksamkeit etc.) auf. Die Inhalte werden immer wieder anwendungsorientiert anhand von sogenannten Mini-Experimenten veranschaulicht.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	Modultyp: Pflichtmodul
	Studienabschnitt: Hauptstudium
ECTS	6
Verantwortliche OE	W Lehre General Management
Modulverantwortung	Ester Reijnen (reij)
Modulverantwortung Stellvertretung	Lea Laasner Vogt (laas)
Spezifische Vorkenntnisse	Kognitive Psychologie
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § kennen und verstehen die Grundlagen der Werbe- und Konsumentenpsychologie. § können die psychologischen Mechanismen der Werbe- und Konsumentenpsychologie analysieren. § können die theoretischen Erkenntnisse aus der Werbe- und Konsumentenpsychologie evaluieren.
Inhalte des Moduls	§ Grundlagen der Werbe- und Konsumentenpsychologie. § Psychologische Mechanismen der Werbe- und Konsumentenpsychologie.
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgendem Modul auf: w.BA.XX.3CoSc-BD.XX
Unterrichtsmethoden	§ Lehrvortrag § Übungen
	Eingesetzte Sozialformen: Einzelarbeit
Digitale Lernressourcen	Reader

Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium	
Grossklasse	56 h	-		
Kleinklasse	-	-		
Gruppenunterricht	-	-		
Praktikum	-	-		
Seminar	-	-		
Total	56 h	0 h	124 h	
Leistungsnachweise				
Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung	
-	-	-	-	
Hilfsmittel	-			
Andere				
Andere	Bewertung	Dauer (Min.)	Gewichtung	
Schriftliche Prüfung	Note	60	100,00 %	
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Zwingende Präsenzzeit: Keine			
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch			
Pfichtliteratur	-			
Ergänzende Literatur	Gemäss den Vorlesungsunterlagen.			
Bemerkungen	Die schriftliche Prüfung findet im Zeitraum von KW 22 bis KW 23 statt.			