Modulname	**Seminar Konsumentenpsychologie**
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	N.N.
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, theoretisches Wissen über Konsumentenpsychologie praktisch anzuwenden.
Modulinhalte	- Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens - Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens - Praktische Bedeutung psychologischer Konsumenten-Theorien - Anwendung theoretischen Wissens auf konkretes Praxisprojekt
Lehrformen	- Referate - Diskussion vorgegebener Literatur - Selbststudium - Projektarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	Kroeber-Riel W., Gröppel-Klein A.: Konsumentenverhalten, Vahlen Foscht P., Swoboda P.: Käuferverhalten, Gabler Solomon M.R. et al.: Konsumentenverhalten, Pearson Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie, Springer Brinkmann, R. (Hrsg.): Angewandte Wirtschaftspsychologie, Pearson
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Referate
Semester	6. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	