

<b>Modulname</b>	<b>Seminar Konsumentenpsychologie</b>
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Robin Hau
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, theoretisches Wissen über Konsumentenpsychologie praktisch anzuwenden.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens</li> <li>- Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens</li> <li>- Praktische Bedeutung psychologischer Konsumenten-Theorien</li> <li>- Anwendung theoretischen Wissens auf konkretes Praxisprojekt</li> </ul>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Referate</li> <li>- Diskussion vorgegebener Literatur</li> <li>- Selbststudium</li> <li>- Projektarbeit</li> </ul>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>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</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</li> <li>2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):</li> <li>- Nachbereitung der Lehrveranstaltung:</li> <li>- Vorbereitung auf die Prüfung:</li> </ul> </li> </ol>
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte;  Gewichtung:  a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Referate
Semester	4. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	