

Modulname	Seminar Konsumentenpsychologie
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Robin Hau
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, theoretisches Wissen über Konsumentenpsychologie praktisch anzuwenden.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens - Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens - Praktische Bedeutung psychologischer Konsumenten-Theorien - Anwendung theoretischen Wissens auf konkretes Praxisprojekt
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Referate - Diskussion vorgegebener Literatur - Selbststudium - Projektarbeit
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"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
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	