

# Masterprogramm Sozial-, Wirtschafts- und Entscheidungspsychologie

Stand: 6.Januar 2015

## Inhaltsverzeichnis

<b><u>1. KURZINFORMATION FÜR DAS MASTERPROGRAMM PSYCHOLOGIE - VERTIEFUNGSRICHTUNG SOZIAL-, WIRTSCHAFTS- UND ENTSCHEIDUNGSPSYCHOLOGIE</u></b>	<b>2</b>
1.1. DIE ECKPUNKTE	2
1.2. DAS MASTERPROGRAMM IM ÜBERBLICK	2
<b><u>2. INFORMATIONEN ZUR MASTERPRÜFUNG</u></b>	<b>7</b>
2.1. ALLGEMEINES ZUR MASTERPRÜFUNG	7
2.2. SPEZIALTHEMA	8
2.3. PRÜFUNGSTERMINE	8
<b><u>3. PRÜFUNGLITERATUR</u></b>	<b>9</b>
<b><u>4. RICHTLINIEN MASTERARBEITEN</u></b>	<b>13</b>
4.1. ALLGEMEINES ZU DEN RICHTLINIEN FÜR MASTERARBEITEN	13
4.2. ABLAUF MASTERARBEIT	14
4.3. ABGABETERMIN	15
4.4. ZEITPLAN	16

# **1. Kurzinformation für das Masterprogramm Psychologie - Vertiefungsrichtung Sozial-, Wirtschafts- und Entscheidungspsychologie**

## **1.1. Die Eckpunkte**

### *1.1.1. Dauer*

Die Veranstaltungen sind so angelegt, dass das Masterstudium bei einem Vollzeitstudium innerhalb von zwei Jahren abgeschlossen werden kann.

### *1.1.2 Ablauf*

Während in den ersten beiden Semestern die Teilnahme an den Seminaren und am Masterprojekt dominieren, beginnen die Studierenden im dritten Semester mit den ersten Planungen für die Masterarbeit, die sie dann im vierten Semester abschließen. Es empfiehlt sich, sich schon frühzeitig um ein Berufspraktikum zu kümmern. Obwohl nur 2 Monate Praktikum vorgeschrieben sind, nehmen die meisten Arbeitgeber zumindest für die interessanteren Tätigkeiten nur für mindestens 6 Monate Praktikanten auf (muss nicht immer 100% sein).

### *1.1.3 Abschluss*

Das Masterprogramm wird mit einer Masterprüfung abgeschlossen. Die erfolgreichen Teilnehmer des Programms erhalten den Master in Psychologie.

### *1.1.4 Ausführliche Informationen*

Ausführlichere Informationen z.B. zu den Zulassungsvoraussetzungen, das Kreditpunktsystem und die Prüfungsmodalitäten finden Sie auch auf der homepage der Fakultät.

### *1.1.5 Beteiligte Abteilungen*

Das Masterprogramm wird von den Abteilungen Cognitive and Decision Sciences (Prof. Rui Mata), Sozialpsychologie (Prof. Rainer Greifeneder) und Economic Psychology (Prof. Jörg Rieskamp) getragen. Die Forschungsschwerpunkte der Abteilungen können den Abteilungswebseiten entnommen werden. Hier finden sich auch Informationen zu den Forschungsarbeiten der am Masterprogramm beteiligten Dozenten.

## **1.2. Das Masterprogramm im Überblick**

### *1.2.1 Inhalte des Studiums*

Unser Ziel ist es, menschliches Verhalten und Erleben in sozialen und wirtschaftlichen Kontexten zu beschreiben und zu verstehen. Wir greifen dabei auf die Grundlagen der Sozialpsychologie, der Entscheidungsforschung und der kognitiven Psychologie zurück, wie sie teilweise schon im Bachelorstudium vermittelt wurden. Im Masterprogramm werden diese Grundlagen vertieft und ihre Bedeutung für menschliches Handeln im ökonomischen Kontext ausgeleuchtet.

Wir beschäftigen uns dabei mit grundlegenden Mechanismen und Prozessen, die einen Einfluss auf die Wahrnehmung, das Urteilen, die Entscheidungen und das Verhalten von Menschen haben. Wir greifen diese Inhalte auf, wenden sie auf ganz konkrete Probleme aus

Praxisbereichen an und leiten Interventionsmöglichkeiten ab. In der Konsumentenpsychologie nehmen wir die Forschungsergebnisse aus diesem Bereich auf und leiten Implikationen für die Produktkommunikation oder die Unternehmenskommunikation ab. In der Organisationspsychologie greift man in ähnlicher Weise auf Theorien aus der Grundlagenforschung zurück, zum Beispiel auf Motivations- oder Entscheidungstheorien oder auf Theorien des Intragruppenverhaltens (bspw. bei der Gestaltung von Teamwork) oder auf Theorien der Identität.

### *1.2.2 Berufsfelder und Qualifikationen*

Das Studium im Masterprogramm Sozial-, Wirtschafts- und Entscheidungspsychologie vermittelt zentrale Qualifikationen, die in verschiedenen Berufsfeldern von hoher Bedeutung sind:

- Human Resources, Personalauswahl & Personalentwicklung
- Marktforschung, Marketing / Werbung
- Unternehmenskommunikation (Corporate Identity, Corporate Branding, Öffentlichkeitsarbeit)
- Unternehmens- und Politikberatung
- Kommunikation & Medien
- Gesundheitsprävention
- Forschung und Lehre

Unsere bisherigen Absolventen arbeiten in Unternehmen, in der öffentlichen Verwaltung, in den Medien und in der Forschung und Lehre. In all diesen unterschiedlichen Bereichen sind Basisqualifikationen von großer Bedeutung, da die Aufgaben und Inhalte der Arbeit stark variieren und flexibles Verhalten erfordern. Der wissenschaftliche Ansatz, der in unserem Masterprogramm vermittelt wird, leistet einen Beitrag zur Entwicklung dieser grundlegenden Fähigkeiten:

- Die Fähigkeit, ein Problem theoriegeleitet aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten, zu analysieren und Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln.
- Die Fähigkeit, sich schnell in neue Inhalte einzuarbeiten.
- Die Fähigkeit, Inhalte wissenschaftlich fundiert zu bewerten.
- Die Fähigkeit, Veränderungen adäquat zu messen und zu beurteilen.
- Die Fähigkeit, auch komplizierte Inhalte für Rezipienten aus anderen Disziplinen verständlich darzustellen.

### *1.2.3 Details zum Studium*

Kernstück des Studiums sind die Masterprojekte. Hier gehen die Studierenden selbst aktiv aktuellen Forschungsfragen nach. Sie planen Studien, führen diese durch, werten sie aus und präsentieren ihre Ergebnisse. Damit sind die Studierenden optimal auf die Masterarbeit vorbereitet, in der sie nachweisen, dass sie eigenständig psychologische Forschung betreiben und die Ergebnisse anschaulich kommunizieren können. Diese Kompetenz ist zentral für jede evidenzbasierte Beantwortung von Fragestellungen – sei es in der Industrie oder in der Forschung.

Ähnlich selbständig, aber anwendungsbezogener arbeiten die Studierenden in den anwendungsorientierten Seminaren. Die Studierenden führen in diesen Veranstaltungen

anwendungsbezogene Forschung durch (z.B. Entwicklung einer Marktforschungsstudie) und erlernen die Anwendung von Interventionstechniken (z.B. Coaching) und die Entwicklung von Trainingsmassnahmen (z.B. Gestaltung eines Führungskräftetrainings).

Das theoretische und methodische Rüstzeug für die Forschung und Anwendung im Studium und späteren Beruf erhalten die Studierenden in den Theorieseminaren und den Methodenseminaren. Die Theorieseminare decken die Gebiete der Sozialpsychologie, Konsumentenpsychologie, Entscheidungsforschung, Organisationspsychologie und Ökonomischen Psychologie ab. Während im Bachelorstudium häufig die Entwicklung eines Forschungsstandes anhand einschneidender Arbeiten nachgezeichnet wird, werden in den Seminaren des Masterstudiums vorrangig aktuelle Forschungsarbeiten diskutiert. Die Methodenveranstaltungen vertiefen Kenntnisse in Statistik, Messmethoden, Evaluationsforschung sowie computergestützter Erhebung oder Modellierung.

#### *1.2.4 Kernmerkmale des Masterprogramms*

**Orientierung an dem Modell der Business Schools.** Unsere Forschungsschwerpunkte sind Consumer Behavior, Judgment und Decision Making und Social Cognition. Diese Ausrichtung, die Standard an internationalen Business Schools ist, ist innerhalb der Psychologie in der Schweiz einzigartig und auch im weiteren deutschsprachigen Raum kaum vertreten. Unser Masterprogramm partizipiert an den internationalen Entwicklungen im Feld und bietet eine Ausbildung, die es in dieser Art weder in der Schweiz noch in Deutschland gibt.

**Kombination von Forschung, Theorie, Methoden und Anwendung.** Die Module Masterprojekt, Theorie, Methoden und Anwendung sind miteinander verschränkt und ermöglichen damit eine übergreifende Ausbildung. Die Studierenden lernen Fragestellungen aus verschiedenen Perspektiven kennen und entwickeln umfassende Kompetenzen bei der Lösung von Problemstellungen aus unseren Arbeitsschwerpunkten.

**Spezialisierungsmöglichkeiten.** Die Breite des Angebots bietet den Studierenden viele Möglichkeiten, das Studium nach den persönlichen Interessen zu gestalten. Sie können sich dabei ganz auf ein Gebiet z.B. die Konsumentenpsychologie konzentrieren oder aber alle Bereiche in der ganzen Breite studieren.

#### *1.2.5 Forschungsorientierung*

Alle Masterprogramme der Basler Psychologie sind forschungsorientiert. Wie die zahlreichen Publikationen in hochrangigen wissenschaftlichen Zeitschriften zeigen, wird am Institut für Psychologie hochqualifizierte Forschung betrieben. Die Studierenden unseres Masterprogramms arbeiten in aktuellen Forschungsprojekten mit. Der Einsatz in einem Forschungsprojekt bietet die Möglichkeit, Kompetenzen zu erwerben, wissenschaftliche Studien zu bewerten und Implikationen daraus abzuleiten.

#### *1.2.6 Beurteilung von aktuellen Trends*

Mitarbeiter und Führungskräfte werden in Unternehmen immer wieder mit neuen Anforderungen konfrontiert. Zur Bewältigung dieser Aufgaben ist lebenslanges Lernen und die Beurteilung von neuen Entwicklungen unverzichtbar. Gerade für Psychologen in der Praxis ist es daher wichtig, aktuelle Trends und Tools zu kennen und deren Nutzen zu beurteilen. Teilautonome Arbeitsgruppen, Qualitätszirkel, Assessment Center, Messung von Persönlichkeitsmerkmalen, soziale Kompetenz, Grossraumbüros, Entspannungsverfahren und viele andere Schlagworte stehen für Paradigmen, die eine Zeit lang in vielen Unternehmen

umgesetzt und dann wieder durch neue Entwicklungen abgelöst werden. Uns geht es daher nicht darum, die neuesten Trends zu vermitteln, sondern durch eine theoretisch und methodisch fundierte Ausbildung unsere Absolventen zu befähigen, beurteilen und „evidence-based“ begründen zu können, welche neuen Entwicklungen wirklich innovativ sind und sinnvoll genutzt werden können.

#### *1.2.7 Kooperation mit Unternehmen*

Wir führen gemeinsam mit Unternehmen Forschungsprojekte durch und beraten Unternehmen und Institutionen aus den verschiedensten Bereichen. Bisher haben wir beispielsweise mit Unternehmen wie Roche, Swisscom, Starbucks, Henkel, Nestle, Provinzial, Bank Coop, Credit Suisse, McCann Erickson und der Swiss Banking School beratend zusammengearbeitet oder dort Studien durchgeführt. Daneben sind wir in der Fort- und Weiterbildung in den Bereichen Marktforschung und Human Resources Management aktiv.

#### *1.2.8 Tipps zur Studiengestaltung*

**Wahl des Masterprojekts.** Alle Masterprojekte im Masterprogramm sind im zeitlichen Aufwand und in der Herangehensweise an wissenschaftliche Fragestellungen vergleichbar. Überraschend ist vielleicht für viele Studierende, dass der konkrete Inhalt des Projekts und das Thema der durchgeführten Studien von geringerer Bedeutung für die Qualifikation ist, als die grundlegenden Techniken, die dort erlernt werden. Die Studierenden können und sollten ihr Projekt nach persönlichen Interessen auswählen. Die Relevanz der Inhalte für die spätere Berufslaufbahn ist bei der Wahl des Projekts zweitrangig.

Einige Tipps zur Auswahl des Masterprojekts:

- Auf unseren Internetseiten finden Sie ausführliche Informationen zu der Arbeit der Dozierenden. Die bisherigen Publikationen geben Auskunft über die Schwerpunkte und Expertisegebiete der Dozenten.
- Masterstudierende, die bereits in einem Projekt arbeiten oder in einem Projekt gearbeitet haben, bieten eine Beurteilung der Projekte aus der studentischen Sichtweise.
- Gerne geben die einzelnen Dozierenden auch selbst Auskunft über ihre Projekte. Es ist hilfreich, beispielsweise in der Sprechstunde der Dozierenden direkt nach den Projekten zu fragen.

**Berufspraktika.** Berufliche Praktika sind oft wichtiger als die Abschlussnote oder das Thema der Masterarbeit. Oft ergibt sich aus einem Praktikum eine feste Anstellung nach dem Studienabschluss. In jedem Fall aber bieten Praktika einen guten Einblick in den Berufsalltag und geben den Studierenden die Möglichkeit, ein eigenes Profil zu erlangen, das sie bei späteren Bewerbungen für Arbeitgeber interessant macht. Wir empfehlen den Studierenden daher bereits während des Studiums umfassende Praktika zu absolvieren und beispielsweise für ein halbes Jahr bei einem Unternehmen Erfahrungen zu sammeln. Teilweise können wir Tipps und Adressen zu Berufspraktika geben.

**Erfahrungen ausserhalb der Psychologie.** In den Wahlpflichtfächern können die Studierenden Veranstaltungen aus verschiedenen Fächern wie Wirtschaftswissenschaften, Soziologie, Politik oder Informatik besuchen. Die Wahl dieser Zusatzfächer dient der individuellen Profilbildung. Zum Blick über den Tellerrand kann ausserdem ein Auslandssemester gehören. Wir unterstützen Studierende, die eine Zeit im Ausland verbringen möchten.

#### *1.2.9 Aufbau des Studiums*

Die Zulassungskriterien sind in der Studienordnung geregelt (gemäss § 3). Darüber hinaus wird überprüft, ob folgende Kenntnisse und Fähigkeiten nachgewiesen sind:

- vertiefte Kenntnisse in Social Cognition im Umfang von 2 KP (z.B. Vorlesung „Social Cognition“)
- vertiefte Kenntnisse in Sozialpsychologie im Umfang von 2 KP (z.B. Seminar aus dem Modul Sozialpsychologie oder weiter Vorlesung in Sozialpsychologie)
- Grundkenntnisse in Economic Psychology im Umfang von 2 KP (z.B. Vorlesung „Economic Psychology“)
- Grundkenntnisse in Konsumenten- oder Organisationspsychologie im Umfang von 2KP (z.B. Vorlesung „Konsumentenpsychologie“ oder „Organisationspsychologie“)
- Grundkenntnisse in Urteils- und Entscheidungspsychologie im Umfang von 2 KP (z.B. Vorlesung „Urteilen & Entscheiden I“)

Sind diese nicht nachgewiesen, so erfolgt die Zulassung mit der Auflage, diese bis zum Abschluss des Masterstudiums zu erbringen.

Da diese Veranstaltungen die Grundlage für die Arbeit im Masterprogramm darstellen und die Masterveranstaltungen auf entsprechenden Kenntnissen aufbauen, empfehlen wir den Besuch schon im Bachelorstudium.

### Studienaufbau und Struktur

Bestehen des Studiengang	Module	Lehr-/Lernformen, Leistungsüberprüfung	KP und	Bewertung	
100 – 114 KP	Theorie Grundlagen Mind. 6 KP	Theorieseminar, 2 KP, §13		Pass/fail	
		Seminarleistung zum Theorieseminar, 2 KP, §13		Note	
		Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Seminar, Seminar mit Übung, Theorieseminar, Seminarleistung zu Theorieseminar; §12, §13		Note, Pass / Fail	
	Theorie Vertiefung Mind. 6 KP	Theorieseminar, 2 KP, §13		Pass/fail	
		Seminarleistung zum Theorieseminar, 2 KP, §13		Note	
		Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Seminar, Seminar mit Übung, Theorieseminar, Seminarleistung zu Theorieseminar; §12, §13		Note, Pass / Fail	
	Mind. 4 KP	Praxisorientiertes Seminar	Seminar mit Übung, 4 KP, §13		Pass/Fail
	Mind. 6 KP, davon 1 benotete Leistung	Methoden	Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Seminar, Seminar mit Übung; §12, §13		Note, Pass / Fail

	15 KP	Masterprojekt	§13	Pass/fail
	10 KP	Berufspraktikum	§15	Pass/Fail
	30 KP	Masterarbeit	§18	Note
	15 KP	Masterprüfung	§19	Note
		Wahlbereich <i>innerfakultär</i>	Vorlesung, Vorlesung mit Übung, Seminar, Seminar mit Übung, Theorieseminar, Seminarleistung zu Theorieseminar; §12, §13	
6 – 20		Wahlbereich <i>ausserfakultär</i>		
<b>120 KP insgesamt</b>				

### 1.2.9 Masterarbeiten

Die aktuellen Masterprojekte der Vertiefung sind im Vorlesungsverzeichnis aufgeführt.

## 2. Informationen zur Masterprüfung

### 2.1. Allgemeines zur Masterprüfung

Mit der mündlichen Masterprüfung weisen die Kandidaten nach, dass sie die grundlegenden theoretischen Ansätze und Befunde der Sozial-, Wirtschafts- und Entscheidungspsychologie kennen, verstehen und anwenden können. Das Verständnis der Basisliteratur wird von allen Prüfern vorausgesetzt. Über die Basisliteratur hinaus wird für die Prüfung das Verständnis eines Vertiefungsthemas vorausgesetzt. Das Vertiefungsthema unterscheidet sich je nach Prüfer. Zum Einstieg in die Prüfung wird ein Spezialthema vorbereitet.

Die Masterprüfung besteht aus einer 30-minütigen mündlichen Prüfung. Im ersten Drittel der Prüfung wird das Spezialthema diskutiert. Im weiteren Verlauf wird das Grundlagenwissen zu allen drei Kernbereichen des Masterprogramms diskutiert (siehe Basisliteratur). Im weiteren Verlauf kann eine konzentrierte Diskussion zu einem Vertiefungsthema stattfinden (siehe Literatur Vertiefungsthemen).

Als Prüfer oder Prüferin können zur Zeit Herr Prof. Jörg Rieskamp, Herr Prof. Rainer Greifeneder und Herr Prof. Rui Mata gewählt werden. Die Wahl der Prüferin / dem Prüfer ist unabhängig davon in welcher Abteilung das Masterprojekt bzw. die Masterarbeit betreut wurde.

## **2.2. Spezialthema**

Für den Einstieg in die Prüfung wählen die Prüfungskandidaten ein persönliches Spezialthema aus. Dieses Thema dient für den Einstieg in die Prüfung. Das Spezialthema muss frühzeitig mit der Prüferin / dem Prüfer abgesprochen werden. Bei der Vorbereitung des Spezialthemas gelten folgende Grundregeln:

- das Spezialthema darf nicht das Thema der Masterarbeit umfassen, sehr wohl aber Themen aus Seminaren (z.B. auch das Thema einer Theoriearbeit)
- das Spezialthema soll auf mindestens sechs Originalarbeiten aus Peer-Review-Zeitschriften basieren
- kurze, einseitige Zusammenfassung pro Artikel (1 Seite)
- Abgabe der Zusammenfassungen: spätestens 6 Wochen vor der Prüfung
- Absprache mit der Prüferin / dem Prüfer

## **2.3. Prüfungstermine**

jeweils zum Ende des Herbstsemester (Mitte Dezember) bzw. zum Ende des Frühjahrssemesters (Ende Mai / Anfang Juni).



### **3. Prüfungsliteratur**

#### **Basisliteratur – Kernbereiche**

##### **1. Sozialpsychologie**

Bless, H., Fiedler, K. & Strack, F. (2004). *Social cognition: How individuals construct social reality*. Hove, UK: Psychology Press. Kapitel 1-3 und 5-7.

Nijstad, B.A. (2009). *Group performance*. Hove, UK: Psychology Press. Kapitel 1-9

##### **2. Entscheidungspsychologie**

Hastie, R., & Dawes, R. (2001). *Rational choice in an uncertain world: The psychology of judgment and decision making*. Thousand Oaks: Sage Publications. Kapitel: 3 – 10, 12-13.

Newell, B. R., Lagnado, D. A., & Shanks, D. R. (2007). *Straight choices: The psychology of decision making*. Hove, UK: Psychology Press. Kapitel: 3-6

##### **3. Wirtschaftspsychologie**

Wiswede, G. (2007). *Einführung in die Wirtschaftspsychologie. 4te Auflage*. München: Reinhardt. Kapitel: A1-A3.

Cartwright, E. (2011). *Behavioral economics*. London: Routledge. Kapitel 1-7.

#### **Vertiefungsthemen**

##### **1. Sozialpsychologie; Konsumentenpsychologie**

- Mögliches Vertiefungsthema bei Prof. Rainer Greifeneder

##### **2. Entscheidungspsychologie**

- Mögliche Vertiefungsthema bei Prof. Rui Mata

##### **3. Wirtschaftspsychologie**

- Mögliche Vertiefungsthema bei Prof. Jörg Rieskamp

## **1. Sozialpsychologie, Konsumentenpsychologie**

### **1.1. Intergruppenbeziehungen**

Maass, A., Salvi, D., Arcuri, L., & Semin, G. (1989). Language use in intergroup contexts: The linguistic intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, *57*, 981-993. doi:10.1037/0022-3514.57.6.981

### **1.2 Stereotype threat**

Schmader, T., Johns, M., & Forbes, C. (2008). An integrated process model of stereotype threat effects on performance. *Psychological Review*, *115*, 336–356. doi:10.1037/0033-295X.115.2.336.

### **1.3 Implizite Einstellungsmessung**

Fazio, R. H., & Olson, M. A. (2003). Implicit measures in social cognition research: Their meaning and uses. *Annual Review of Psychology*, *54*, 297-327. doi:10.1146/annurev.psych.54.101601.145225.

### **1.4 Gefühle in Urteilen und Entscheidungen**

Schwarz, N., & Clore, G. L. (2007). Feelings and phenomenal experiences. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (2nd ed., pp. 385-407). New York, NY: Guilford Press.

### **1.5 Affective forecasting**

Wilson, T. D., & Gilbert, D. T. (2003). Affective forecasting. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 35, pp. 345-411). San Diego, CA: Elsevier Academic Press.

### **1.6 Construal Level Theory**

Trope, Y., & Liberman, N. (2010). Construal-level theory of psychological distance. *Psychological Review*, *117*, 440-463. doi:10.1037/a0018963.

### **1.7 Thin slices**

Ambady, N., Bernieri, F. J., & Richeson, J. A. (2000). Toward a histology of social behavior: Judgmental accuracy from thin slices of the behavioral stream. In P. Z. Mark (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 32, pp. 201-271): Academic Press. S. 201-230 und 241-253.

### **1.8 Selbstwert**

Greenberg, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (1986). The causes and consequences of a need for self-esteem: A Terror Management Theory. In R. Baumeister (Ed.), *Public self and private self* (pp. 189-212). New York: Springer.

### **1.9 Lebenszufriedenheit**

Argyle, M. (2003). Causes and correlates of happiness. In D. Kahneman, E. Diener & N. Schwarz (Eds.), *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 353-373). New York: Russell Sage Foundation.

### **1.10 Konversationsnormen**

Wänke, M. (2007). What is said and what is meant: Conversational implications in natural conversations, research settings, media and advertising. In K. Fiedler (Ed.), *Social communication* (pp. 223-255). New York: Psychology Press.

## **2. Wirtschaftspsychologie**

### **2.1 Preis, Angebot & Nachfrage**

Frank, R. (2008). *Microeconomics and Behavior*. New York: McGraw. Kapitel 2.

### **2.2 Modelle der Konsumforschung**

Rieskamp, J., Busemeyer, J. R., & Mellers, B. A. (2006). Extending the bounds of rationality: Evidence and theories of preferential choice. *Journal of Economic Literature*, 44, 631-661.

### **2.3 Finanzpsychologie**

Benartzi, S., & Thaler, R. H. (1995). Myopic loss aversion and the equity premium puzzle. *Quarterly Journal of Economics*, 110, 73-92.

### **2.4 Spieltheorie**

Varian, R. (2007). *Grundzüge der Mikroökonomik*. Kapitel 28. München: Oldenbourg.

### **2.5 Lohngestaltung**

Fehr, E., Kirchler, E., Weichbold, A., & Gächter, S. (1998). When social norms overpower competition: Gift exchange in experimental labor markets. *Journal of Labor Economics*, 16, 324-351.

### **2.6 Gemeingüterprobleme**

Kagel, J. H., & Roth, A. E. (1997). *The handbook of experimental economics*. Princeton: Princeton University Press: Kapitel 2: Public goods: A survey of experimental results.

### **2.7 Auktionen**

Roth, A. E., & Ockenfels, A. (2002). Last-minute bidding and the rules for ending second-price auctions: Evidence from eBay and amazon auctions on the internet. *American Economic Review*, 92, 1093-1103.

### **2.8 Informationsverarbeitung in Gruppen**

Hastie, R., & Kameda, T. (2005). The robust beauty of majority rules in group decisions. *Psychological Review*, 112, 494-508.

### **2.9 Informationsmärkte**

Wolfers J., & Zitzewitz, E. (2004). Prediction Markets. *The Journal of Economic Perspectives*, 18, 107-126

### **2.10 Neuroeconomics**

Camerer, C., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2005). Neuroeconomics: How neuroscience can inform economics. *Journal of Economic Literature*, 43, 9-64.

### **3. Entscheidungspsychologie**

#### **3.1 Bounded Rationality**

Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *American Psychologist*, 58(9), 697–720. doi:10.1037/0003-066X.58.9.697

#### **3.2 Entscheidungsfindung über die Lebenspanne**

Mata, R., Schooler, L. J., & Rieskamp, J. (2007). The aging decision maker: Cognitive aging and the adaptive selection of decision strategies. *Psychology and Aging*, 22(4), 796–810. doi:10.1037/0882-7974.22.4.796

#### **3.3 Wohlbefinden**

Dunn, E. W., Gilbert, D. T., & Wilson, T. D. (2011). If money doesn't make you happy, then you probably aren't spending it right. *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 115–125. doi:10.1016/j.jcps.2011.02.002

#### **3.4 Lebenszufriedenheit**

Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 107(38), 16489–16493. doi:10.1073/pnas.1011492107

#### **3.5 Selbstregulation**

Moffitt, T. E., Arseneault, L., Belsky, D., Dickson, N., Hancox, R. J., Harrington, H., et al. (2011). A gradient of childhood self-control predicts health, wealth, and public safety. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 108(7), 2693–2698. doi:10.1073/pnas.1010076108

#### **3.6 Risikoverhalten und Decision Neuroscience**

Schonberg, T., Fox, C. R., & Poldrack, R. A. (2011). Mind the gap: bridging economic and naturalistic risk-taking with cognitive neuroscience. *Trends in Cognitive Sciences*, 15(1), 11–19. doi:10.1016/j.tics.2010.10.002

#### **3.7 Risikoverhalten über die Lebenspanne**

Mata, R., Josef, A. K., Samanez-Larkin, G. R., & Hertwig, R. (2011). Age differences in risky choice: a meta-analysis. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1235(1), 18–29. doi:10.1111/j.1749-6632.2011.06200.x

#### **3.8 Risikokowahrnehmung**

Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236(4799), 280–285.

#### **3.9 Risikokommunikation**

Gigerenzer, G., Gaissmaier, W., Kurz-Milcke, E., Schwartz, L. M., & Woloshin, S. (2007). Helping doctors and patients make sense of health statistics. *Psychological Science in the Public Interest*, 8(2), 53–96.

#### **3.10 Nudging und Choice Architecture**

Johnson, E. J., Shu, S. B., Dellaert, B. G. C., Fox, C., Goldstein, D. G., Häubl, G., et al. (2012). Beyond nudges: Tools of a choice architecture. *Marketing Letters*, 23(2), 487–504. doi:10.1007/s11002-012-9186-1

## 4. Richtlinien Masterarbeiten

### 4.1. Allgemeines zu den Richtlinien für Masterarbeiten

Beim Schreiben von Masterarbeiten gibt es verschiedene Schwierigkeiten:

- Themenvergabe
- die zeitliche Planung der Masterarbeit
- das Schreiben der Masterarbeit nach den APA-Richtlinien

Dieses Dokument soll eine Hilfestellung v.a. bezüglich dieser Punkte darstellen und allgemein nützliche Informationen zum Schreiben von Masterarbeiten zur Verfügung stellen.

#### 4.1.1 Themenvergabe

Der erste Ansprechpartner im Hinblick auf die Vergabe von Themen für die Masterarbeit sollte die Betreuerin / der Betreuer des Masterprojekts sein. Die Fortsetzung eines Themas, mit dem man sich bereits intensiv im Masterprojekt auseinandergesetzt hat, erleichtert nicht nur die theoretische Arbeit und die Entwicklung eines Designs. Auch bei der praktischen Umsetzung einer empirischen Studie profitiert man sehr stark von der Erfahrung, die schon mit den Studien im Masterprojekt gemacht wurden.

In einigen Fällen können auch Themen ausserhalb des Masterprojekts vergeben werden. Die Vergabe erfolgt dann direkt über die jeweiligen Betreuer, die den Studierenden verschiedene Themenvorschläge unterbreiten werden. Es sei aber darauf hingewiesen, dass die Arbeit an einem neuen Thema mit Mehraufwand verbunden ist. Dies gilt insbesondere für Studien mit Feldarbeit (Erhebung nicht-studentischer Stichproben).

Studierende können den Betreuern auch eigene Themenvorschläge unterbreiten. Diese sollten aber gut ausgearbeitet sein. Eine Garantie für die Annahme eines eigenständig entwickelten Themas gibt es nicht.

#### 4.1.2 Die zeitliche Planung der Masterarbeit

Man kann seine Masterarbeit jederzeit abgeben. Der Abgabetermin ist also variabel, er bestimmt jedoch den Zeitpunkt der mündlichen Prüfung und damit das Ende des Studiums. Wird die Masterarbeit vor dem 1. April abgegeben, so kann die Prüfung Ende Mai / Anfang Juni abgelegt und der Master abgeschlossen werden. Wird die Arbeit vor dem 15. Oktober abgegeben, so kann die Prüfung Mitte Dezember abgelegt und der Master abgeschlossen werden.

In vielen Fällen werden die Daten an Studierenden erhoben. Studierende sind am Ende des Semesters und in den Semesterferien nur schwer zu motivieren, an einer Studie teilzunehmen.

Leichter ist eine Erhebung am Anfang oder in der Mitte des Semesters. Möchte man den Abgabetermin 1. April anstreben, so ist es von Vorteil, bereits in der ersten Hälfte des Herbstsemesters zu erheben; möchte man den Abgabetermin 15. Oktober anstreben, so ist es von Vorteil, bereits in der ersten Hälfte des Frühjahrsemesters zu erheben. In beiden Fällen ist es sinnvoll, sich schon ein paar Monate vor dem Beginn des zweitletzten Semesters Gedanken über die Masterarbeit zu machen, damit man frühzeitig mit dem Erheben beginnen kann.

#### *4.1.3 Das Schreiben von Masterarbeiten nach den APA-Richtlinien*

Es gibt unterschiedliche Auffassung darüber, welche Form eine Masterarbeit haben soll. Wir verstehen eine Masterarbeit als einen Nachweis, eine empirische Studie durchführen und dokumentieren zu können. Empirische Arbeiten werden in unserem Fachgebiet vorwiegend als Zeitschriftenartikel publiziert. Daher halten wir es für sinnvoll, dass auch die Masterarbeiten sich an dieser Publikationsform orientieren. Dies hat einige Auswirkungen:

Am auffälligsten ist die Auswirkung auf den Umfang. Der reine Text (ohne Zusammenfassung, Literaturverzeichnis, Anhang) sollte nicht mehr als 60 Seiten umfassen. Die Länge oder das Gewicht einer Arbeit wird nicht bewertet. Vielmehr ist es eine Kunst, Sachverhalte gut und verständlich zusammenzufassen, ohne die Aussage zu verändern. Theorieblöcke oder Analysen, die der Beantwortung der Untersuchungsfrage nicht dienlich sind, sollten daher nicht berichtet werden.

Eine weitere Auswirkung der APA-Richtlinien betrifft die Form der Arbeit: Es haben sich in der Psychologie die APA-Richtlinien durchgesetzt. Diese schreiben vor, in welcher Form Artikel bei Zeitschriften eingereicht werden müssen. Diese Form ist etwas gewöhnungsbedürftig und unterscheidet sich in manchen Punkten von der Form, die für die Gestaltung von Seminararbeiten verlangt wurde. Die Masterarbeiten können in Englischer oder Deutscher Sprache verfasst werden.

## **4.2. Ablauf Masterarbeit**

### **Suche nach Fragestellung für die Masterarbeit**

Kontaktaufnahme mit dem Betreuer; Einlesen in die Literatur.

### **Erstellen eines Proposals**

Ableitung der Hypothesen, theoretische Grundlagen, Titel der Arbeit, Ziel der Untersuchung, Operationalisierung, Literaturverzeichnis.

Das Erstellen eines Proposals ist obligatorisch und mit dem Proposal ist der Inhalt der Masterarbeit verbindlich festgelegt.

### **Erstellen des Versuchsmaterials bzw. Programmieren der Experimentalsoftware**

### **Durchführung der Studie**

### **Dokumentierung des Versuchsablaufs**

direkt nach der Erhebung für den Methodenteil

## **Auswertung der Daten**

### **Schreiben der Masterarbeit**

Die Struktur der Masterarbeit entspricht dem Aufbau eines empirischen Zeitschriftenartikels. Anleitungen zum Schreiben eines empirischen Artikels sind dabei hilfreich (z.B. Bem, D. J. (2004). Writing the empirical journal article. In J. M. Darley, M. P. Zanna & H. L. Roediger, III (Eds.), *The complete academic: A career guide* (2nd ed.). (pp. 185-219). Washington, DC US: American Psychological Association). Vorsicht: Anleitungen zu reinen Literaturarbeiten können an manchen Stellen verwirren. Die APA-Richtlinien sind auf jeden Fall richtig.

### **Vorläufige Rückmeldung einholen (optional, wird aber empfohlen)**

Man hat die Möglichkeit vor der endgültigen Abgabe Rückmeldung über die Masterarbeit zu erhalten und danach die Arbeit noch einmal zu verbessern. Das Einholen dieser ersten Rückmeldung ist optional, wird aber empfohlen. Wichtig ist, dass nur einmal Rückmeldung eingeholt werden kann. Wer diese Rückmeldung möchte, muss bedenken, dass der Betreuer für die Rückmeldung der Masterarbeit Zeit benötigt und dass auch die Änderungen (die u.U. substantiell sein können) Zeit in Anspruch nehmen. Die Zeit der Rückmeldung beträgt 2 Wochen. Für die Änderungen sollten etwa 4 Wochen eingeplant werden. Es wird dringend empfohlen, bereits die erste Version für die Rückmeldung der Masterarbeit formal und inhaltlich perfekt zu gestalten (Formatierung gemäss den APA-Richtlinien, keine Tippfehler). Hilfreich ist es, die Arbeit von einer befreundeten Person auf Verständlichkeit, Sprachfluss und Rechtschreibung überprüfen zu lassen. Die Art dieser ersten Rückmeldung wird in den drei Abteilungen des Masterprogramms unterschiedlich detailliert gehandhabt.

### **Abgabe der Masterarbeit in doppelter Ausführung**

Es gibt zwei Gutachter. Erstgutachter muss ein Professor sein. Diese haben ca. 6 Wochen für die Begutachtung Zeit.

## **4.3. Abgabetermin**

Der Zeitpunkt der Abgabe einer Masterarbeit ist frei wählbar. Die Abgabe hat allerdings eine Auswirkung darauf, ob im Dezember oder im Juni abgeschlossen wird. Wenn die Arbeit vor dem 1. April abgegeben, erfolgt die Prüfung Ende Mai / Anfang Juni und der Abschluss erfolgt im Frühjahrssemester. Wird vor dem 15. Oktober abgegeben, erfolgt die Prüfung Ende Dezember und der Abschluss findet im Herbstsemester statt

#### 4.4. Zeitplan

Phasen der Masterarbeit	Besonderheiten	Termine / Zeitplan (wenn Abgabe 1. April)	Termine / Zeitplan (wenn Abgabe 15. Okt.)
<b>Design</b>	Bei Mitarbeitern anfragen.	Frühzeitig, Ende FS des Vorjahres	Frühzeitig, Ende HS des Vorjahres
<b>Schreiben eines Proposals</b>	Theorie und Hypothesen in Grundzügen darlegen.	Frühzeitig, Ende FS des Vorjahres	Frühzeitig, Ende HS des Vorjahres
<b>Erstellung des Versuchsmaterials</b>	Gerade bei PC-gestützten Experimenten kann dies viel Zeit in Anspruch nehmen.	Sommersemesterferien	Wintersemesterferien
<b>Datenerhebung</b>		Erste Hälfte HS	Erste Hälfte FS
<b>Analyse</b>		Bis Weihnachten abgeschlossen und diskutiert	Bis Sommerferien abgeschlossen und diskutiert
<b>Schreiben der Arbeit</b>	Gestaltung nach den APA-Richtlinien; Publierte Artikel (z.B. JPSP, JCR, JEP:LMC) bieten gute Beispiele.	Wintersemesterferien	Sommersemesterferien



<b>Abgabe für erste Rückmeldung (optional, wird aber empfohlen)</b>	Es soll eine Arbeit abgegeben werden, die in allen Belangen auch einer endgültigen Fassung entspricht. (Bitte keine Rohversionen mit Tippfehlern abgeben.)	Spätestens 6 Wochen vor der endgültigen Abgabe (Einzelheiten sind mit dem Betreuer abzuklären)	Spätestens 6 Wochen vor der endgültigen Abgabe (Einzelheiten sind mit dem Betreuer abzuklären)
<b>Endgültige Abgabe</b>	Abgabe von 2 gebundenen Exemplaren; Gutachter: 1 Prof. (Erstgutachter) + 1 Prof. oder Assistent (Zweitgutachter)	Spätestens 1. April	Spätestens 15. Okt.