

Hinweise für Autoren zum Kongresshandbuch 2012

„Erfolg durch Kompetenz: Best Practice in der Wirtschaftspsychologie“

Sehr geehrte Autorinnen und Autoren,

die Sektion Wirtschaftspsychologie veranstaltet im Mai 2012 den 9. Kongress für Wirtschaftspsychologie. Kurz vor diesem Kongress wird ein Kongressband erscheinen, in dem viele der zum Kongress vorbereiteten Beiträge abgedruckt sein werden. Unser Ziel ist es, nicht nur während des Kongresses, sondern darüber hinaus mit Hilfe einer ansprechenden Veröffentlichung die aktuell diskutierten Themen weiter präsent zu halten und interessierten Kolleginnen und Kollegen, die nicht zum Kongress kommen können, oder nicht alle interessanten Vorträge besuchen können, die Möglichkeit zu geben, die Beiträge in Schriftform nachzuvollziehen.

Wenn Sie sich entschieden haben, ebenfalls einen Beitrag zu diesem Kongressband zu schreiben, so bitten wir Sie um Ihre Hilfe und Ihre Unterstützung bei der weiteren Planung und Gestaltung des Kongressbandes. Bitte beachten Sie folgende Autorenhinweise:

1. Form der Manuskripte

Bitte mailen Sie Ihre Manuskripte als Word-Datei an Frau Gabriele Jaschinski, info@wirtschaftspsychologie-bdp.de

Beachten Sie dabei bitte, dass in den Word-Dateien keine Fotos und Grafiken enthalten sind. Diese bitten wir Sie, uns getrennt zuzusenden.

Der Text sollte nicht länger als 8-10 Druckseiten umfassen. Dies entspricht inklusive aller Leerzeichen insgesamt bis 40.000 Zeichen. Die Zahl der Zeichen können Sie in Word – Statistik – auszählen.

Bitte schreiben Sie einen durchgängigen Text ohne Fußnoten. Literaturverweise in Klammern bitte nach dem Muster (vgl. Müller, F., 2007) oder (Maier, T., 2003, S.44). Bitte nehmen Sie alle im Text genannten Quellen auch in Ihr Literaturverzeichnis auf. Stellen Sie alle Quellen- und Literaturhinweise – bitte bis maximal eine Seite – ans Ende Ihres Textes.

Bitte fügen Sie als Extra-Datei Ihre Grafiken als TIF- oder JPG-Format gesondert hinzu. Die Auflösung der Grafiken sollte 1200 dpi betragen, sonst ist es nicht möglich, einen angemessenen Druck durchzuführen. Halten Sie Ihre Grafiken möglichst in schwarz-weiß, da der gesamte Druck des Handbuchs in schwarz-weiß erfolgen wird. In den Text integrierte Grafikdateien können nicht adäquat verarbeitet werden.

Bitte achten Sie auch darauf, dass Sie uns nur Fotos und Grafiken zusenden, an denen Sie auch die Rechte besitzen oder bei denen der Urheber mit einer Veröffentlichung im Handbuch einverstanden ist.

2. Zur sprachlichen Gestaltung des Manuskripts

à Wir bitten Sie um eine auch evtl. für interessierte Laien verständliche Sprache, da wir damit rechnen, dass auch viele Nichtpsychologen das Handbuch lesen werden.

à Wir bevorzugen kurze Sätze, möglichst keine Klammer- und Schachtelsätze, aktive Verben statt Passivkonstruktionen, einen eher journalistischen kurzen und präzisen Stil. Verben machen die Sprache immer lebendig.

à Wenn möglich, fügen Sie konkrete Beispiele und Praxisanwendungen in Ihre Abhandlungen ein und nehmen Sie Bezug auf praktische Umsetzungen von psychologischen Erkenntnissen und Instrumenten. Schildern Sie Ihre praktischen Erfahrungen aus Projekten und Einsätzen.

à Ihr Text sollte eine logische Gliederung, einen logischen Aufbau und einen nachvollziehbaren roten Faden haben.

à Ihre Überschrift soll keine Inhaltsangabe des Beitrages sein, sondern eher einen Kernbegriff enthalten, der neugierig macht.

à Mit einem kurzen Vorspann von wenigen Sätzen soll der Artikel eingeleitet werden. Wir werden die von Ihnen bereits zur Anmeldung formulierten Kurzfassungen den Artikeln voranstellen.

à Bitte halten Sie sich an die Regeln der neuen Deutschen Rechtschreibung.

à Sollten Sie in Ihrem Artikel Personen erwähnen, so schreiben Sie diese bitte mit Vornamen und Namen aus, um Verwechslungen zu vermeiden.

à Abschließende Literaturangaben schreiben Sie bitte mit vollständigem Autorennamen, Name und Vorname, Titel, Auflage, Ort und Jahr. Bei Zeitschriftenartikeln neben dem Autor und Titel des Artikels bitte den Titel der Zeitschrift, Heft-Nummer und Jahr angeben.

à Bitte geben Sie auch die zitierten Quellen bei den Literaturhinweisen an.
a) bei Herausgeberwerken – zusätzlich den Titel des Buches, Herausgeber, Buchtitel, Erscheinungsdatum, Verlag, Seitenzahl
b) bei Zeitschriftenartikeln – den Autor, Jahr, Titel des Artikels, Zeitschriftenartikel, Bandnummer, Heftnummer, Seitenzahlen
c) bei Internetquellen – den Autor, Jahr, Titel der Quelle, evtl. Titel des Online-Periodikums, www-Adresse und Abrufdatum

Die Redaktion behält sich die Annahme des Manuskripts wie eine redaktionelle Überarbeitung vor.

Bitte senden Sie auch eine unterschriebene Nutzungsvereinbarung zu, in welcher Sie uns die Rechte einräumen, Ihren Artikel im Kongress nach 2010 zu veröffentlichen. Die Vereinbarung finden Sie ebenfalls auf unserer Website. Ohne Ihre rechtliche Einwilligung können wir den Beitrag leider nicht übernehmen.

3. Organisatorische Regelungen

à Bitte sprechen Sie weitere Veröffentlichungen Ihres Artikels in anderen Print- oder Online-Medien mit uns ab. Aufgrund unserer langen Vorlaufzeit kann es sonst zu Überschneidungen kommen.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung

Dr. Jürgen Smettan
Chefredaktion

Weitere Information zum Kongress und zum laufenden Programm unter
www.psychologie-in-der-wirtschaft.de

Frau Gabriele Jaschinski
Sektion Wirtschaftspsychologie im BDP e.V.
Geschäftsstelle
Am Feldkamp 28
49770 Herzlake
Tel. 0 59 62-87 76 50
Fax. 0 59 62-87 34 97
E-Mail: info@wirtschaftspsychologie-bdp.de
Internet: www.wirtschaftspsychologie-bdp.de