



M.Sc. Wirtschaftspsychologie

Informieren und bewerben Sie sich online:
www.hmkw.de

- privat
- staatlich anerkannt
- akkreditiert von
FIBAA und Wissenschaftsrat

Start Winter- und Sommersemester

Standorte Berlin, Köln

Sprache Deutsch oder Englisch

Typ Vollzeit oder Teilzeit

Gebühren *Vollzeit: € 670,- monatlich*
Teilzeit: € 449,- monatlich

Dauer *Vollzeit: 4 Semester*
Teilzeit: 6 Semester

Bewerbung jederzeit möglich

Der Studiengang

- **Besonderheit:** Arbeitsmarktrelevante Spezialisierung auf wirtschaftspsychologische Theorie und Praxis in nicht-klinischer, analytisch-beratender Perspektive, forschungs- und anwendungsbezogen
- **Sprache:** Deutsch (Köln) oder Englisch (Berlin)
- **Kompetenzziel:** Befähigung zu professioneller psychologischer Analyse und Gestaltung von personal-, arbeits-, organisations- und anderen wirtschaftsbezogenen Prozessen, in wissenschaftlich-forschender und praktisch-beratender Funktion

Die Zielgruppe

- **Bewerber/innen:** Absolventen eines grundständigen allgemeinen oder speziellen Studiums in Psychologie oder in anderen wirtschafts- oder sozialwissenschaftlichen Disziplinen
- **Zielberufe:** Wirtschaftspsychologe/-psychologin, Wirtschaftspsychologische/r Berater/in

Zulassungsvoraussetzung

- Sehr guter Abschluss eines allgemeinen oder speziellen Psychologiestudiums (Universität oder Fachhochschule)
oder
Sehr guter Abschluss eines anderen wirtschafts- oder sozialwissenschaftlichen Studiums (Universität oder Fachhochschule), Nachweis des Erwerbs von mindestens 20 Credit-Points in psychologischen Fächern und mindestens 10 Credit-Points in statistisch/methodischen Fächern
Achtung: „Quereinsteiger/innen“ aus wirtschafts- oder sozialwissenschaftlichen Studiengängen, die nicht über die erforderlichen Credit-Points (CP) in psychologischen bzw. Statistik- und methodischen Fächern verfügen, können diese unter bestimmten Voraussetzungen in einem Vorsemester oder innerhalb des ersten Fachsemesters an der HMKW nachholen. Bitte informieren Sie sich bei der HMKW-Studienberatung.
- Plus hochschulinternes Auswahlverfahren

Allgemeinbildende Module

Wahlmodule:

- Medienrecht, Medienproduktion, interkulturelle Führungskompetenzen, Medienpsychologie, Wirtschaftsenglisch etc.

Fachspezifische Module z. B.

- Aktuelle Trends in der Organisationspsychologie
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Marketing & Moderne Marktforschung
- User Experience & Neue Medien
- Innovation & Entrepreneurship
- Personalmanagement und Organisationsentwicklung



M.Sc. Wirtschaftspsychologie

Studiengangspezifische Kompetenzen

6 grundlegende Module

BAn	Wirtschaftsanthropologie Qualitative Forschungsmethoden, Ethnographie, Kulturpsychologie
ASt	Fortgeschrittene Statistik Matrix-Algebra, Multivariate Statistik, Skalierung
OP	Aktuelle Trends in der Organisationspsychologie Organisationskultur, Entwicklung, Change Management, Interkulturelle Kooperation
OHM	Betriebliches Gesundheitsmanagement Gesundheit, Sicherheit und Wohlergehen bei selbstständiger oder angestellter Arbeit
DBMF	Entscheidungs- und Finanzpsychologie Psychologie der Entscheidungsfindung, Spieltheorie, menschliches Verhalten und Märkte
ResPr	Forschungsprojekte Angewandte wissenschaftliche Forschungsmethoden

Fortgeschrittene Module (2 von 4 Wahlpflichtmodulen)

3MR	Marketing & Moderne Marktforschung Verkaufs- & Werbepsychologie, Customer Relationship Management
UXNM	User Experience & Neue Medien Usability, Human-Factors Engineering, Interaktionsdesign für Neue Medien
InEn	Innovation & Entrepreneurship Beratungstechniken, Entrepreneurship, Innovationen, Geschäftssinn
HORM	Personalmanagement und Organisationsentwicklung Auswahl, Recruiting, Kompetenz-Management, Training & Entwicklung, Outplacement

1 weiteres Modul

MTh	Master-Kolloquium und -Arbeit Kolloquium zu M.A.-Abschlussarbeiten, Schreiben der M.A.-Arbeit (4. Semester)
------------	---



M.Sc. Wirtschaftspsychologie

Studiengangübergreifende Kompetenzen (3 von 8 Wahlpflichtmodulen)

Grundlagen

BusE Wirtschaftsentgisch

Geschäftskorrespondenz, Präsentation und Moderation

LawM Medienrecht

Copyright, DRM, Datenschutz und andere ethisch-rechtliche Themen

Technologie

MAM Media Asset Management

Organisation von Daten/Dokumenten: Formate, Versionierung, Suche/Retrieval, Distribution etc.

CTT Konvergierende technologische Trends

Konvergenz der Kommunikations-, Computing- und Broadcasting-Technologien

MPro Medienproduktion

Einführung in die wichtigsten Techniken der kreativen, professionellen Medienproduktion

Humanfaktoren

IntLT Interkulturelle Führungskompetenzen

Teamarbeit und Leitungskompetenzen in der globalisierten Welt

MPsy Medienpsychologie

Psychologische Grundlagen der Medienrezeption

Methodische Grundlagen

ESR Empirische Sozialforschung

Quantitative und qualitative Methoden, Konzeption und Umsetzung von empirischer Sozialforschung



M.Sc. Wirtschaftspsychologie

SWS = Semesterwochenstunden
1 SWS = 1 Unterrichtseinheit (à 45 Minuten) pro Vorlesungswoche

Kerndaten:

- 16 Wochen Vorlesungszeit pro Semester
- 62 SWS insgesamt
- 30 Credit Points (CP) im Semester
- 120 CP insgesamt
- 30 Workload-Stunden (WL à 60 min.) pro CP

Studienverlaufsplan

		1. Jahr						2. Jahr					
		1. Semester WS 2020/21			2. Semester SS 2021			3. Semester WS 2021/22			4. Semester SS 2022		
		SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL
Fachübergreifende Kompetenzen													
1	BusE Wirtschaftsentgisch												
2	LawM Medienrecht												
3	MAM Media Asset Management												
4	CTT Konvergierende technologische Trends	4	6	180	4	6	180	4	6	180			
5	IntLT Interkulturelle Führungskompetenzen												
6	MPSy Medienpsychologie												
7	MedP Medienproduktion												
8	ESR Empirische Sozialforschung												
3 aus 8 Modulen		Die Studierenden wählen im 1., 2. und 3. Semester jeweils eines der angebotenen Module (sie wählen also insgesamt 3 Module, und alle Module können unabhängig voneinander gewählt werden).											
Teilsomme:		4	6	180	4	6	180	4	6	180			
Fachspezifische Kompetenzen													
Grundlagenmodule													
1	BAn Wirtschaftsanthropologie	4	6	180									
2	ASt Fortgeschrittene Statistik	4	6	180									
3	OP Aktuelle Trends in der Organisationspsychologie	4	6	180									
4	OHM Betriebliches Gesundheitsmanagement				4	6	180						
5	DBMF Entscheidungs- und Finanzpsychologie	4	6	180									
6	ResPr Forschungsprojekte							4	6	180			
		16	24	720	4	6	180	4	6	180			
Vertiefungsmodule													
7	3MR Marketing & Moderne Marktforschung				6	9	270	6	9	270			
8	UXNM User Experience & Neue Medien				6	9	270	6	9	270			
9	InEn Innovation & Entrepreneurship												
10	HORM Personalmanagement & Organisationsentwicklung												
2 aus 4 Modulen		Die Studierenden wählen im 2. Semester 2 der 4 Vertiefungsmodule aus, die sie im 2. und auch im 3. Semester belegen.											
					12	18	540	12	18	540			
1 weiteres Modul													
11	MTh Master-Kolloquium und -Arbeit										2	30	900
											2	30	900
Teilsomme:		16	24	720	16	24	720	16	24	720	2	30	900



M.Sc. Wirtschaftspsychologie -Teilzeit-

SWS = Semesterwochenstunden
1 SWS = 1 Unterrichtseinheit (à 45 Minuten) pro Vorlesungswoche

Kerndaten:

- 16 Wochen Vorlesungszeit pro Semester
- 62 SWS insgesamt
- 15 bzw. 21 Credit Points (CP) im Semester
- 120 CP insgesamt
- 30 Workload-Stunden (WL à 60 min.) pro CP

Studienverlaufplan

	1. Jahr			2. Jahr			3. Jahr			6. Semester					
	1. Semester WS 2020/21	2. Semester SS 2021	3. Semester WS 2021/22	4. Semester SS 2022	5. Semester WS 2022/23	6. Semester SS 2023	SWS	CP	WL	SWS	CP	WL			
Fachübergreifende Kompetenzen															
1 BusE Wirtschaftsentglish															
2 LawM Medienrecht															
3 MAM Media Asset Management															
4 CTT Konvergierende technologische Trends	4	6	180	4	6	180	4	6	180						
5 IntLT Interkulturelle Führungskompetenzen															
6 MPsy Medienpsychologie															
7 MedP Medienproduktion															
8 ESR Empirische Sozialforschung															
3 aus 8 Modulen	Die Studierenden wählen im 1., 2. und 3. Semester jeweils eines der angebotenen Module (sie wählen also insgesamt 3 Module, und alle Module können unabhängig voneinander gewählt werden).														
Teilsomme:	4	6	180	4	6	180	4	6	180	0	0	0			
Fachspezifische Kompetenzen															
Grundlagenmodule															
1 BAn Wirtschaftsanthropologie	4	6	180												
2 ASt Fortgeschrittene Statistik	4	6	180												
3 OP Aktuelle Trends in der Organisationspsychologie				4	6	180									
4 OHM Betriebliches Gesundheitsmanagement							4	6	180						
5 DBMF Entscheidungs- und Finanzpsychologie		4	6	180											
6 ResPr Forschungsprojekte										4	6	180			
Teilsomme:	8	12	360	4	6	180	4	6	180						
Vertiefungsmodule															
7 3MR Marketing & Moderne Marktforschung		6	9	270	6	9	270								
8 UXNM User Experience & Neue Medien					6	9	270	6	9	270					
9 InEn Innovation & Entrepreneurship								6	9	270					
10 HORM Personalmanagement & Organisationsentwicklung		6	9	270	6	9	270	6	9	270					
2 aus 4 Modulen	Die Studierenden wählen im 2. Semester 2 der 4 Vertiefungsmodule aus, die sie im 2. und auch im 3. Semester belegt (die beiden im 2. Semester gewählten Module werden also auch im 3. Semester belegt - die anderen beiden werden da														
Teilsomme:	8	12	360	10	15	450	10	15	450	7	24	720			
1 weiteres Modul															
11 MTh Master-Kolloquium und -Arbeit									1	15	450	1	15	450	
Teilsomme:	8	12	360	10	15	450	10	15	450	7	24	720	5	21	630
Summe:	12	18	540	14	21	630	14	21	630	10	15	450	7	24	720