

MASTER OF SCIENCE IN WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

PROGRAMM SPEZIFIKATION



1. Programm Titel	<i>Master of Science in Wirtschaftspsychologie</i>
2. Titelverleihende Institution	<i>Middlesex University</i>
3a. Organisation des Studienprogrammes 3b. Sprache des Studiums	<i>KMU Akademie & Management AG</i> <i>Deutsch</i>
4a. Aufnahmetermine 4b. Modus 4c. Schulungsformat	<i>Einschreibung jederzeit möglich</i> <i>Teilzeit</i> ☐ <i>am Campus/Präsenz</i> ☒ <i>Fernstudium</i>
5. Akkreditierung	<i>AQAS Akkreditiert</i> <i>ACBSP Akkreditiert</i>
6. Ausbildungsstandards	<i>n/a</i>
7. Abschlussqualifikation	<i>Master of Science in Business Psychology</i>
8. Gültig ab	<i>2021 (erstmals validiert 2018)</i>

9. Zulassungskriterien
• Deutschkenntnisse mindestens auf C1 Level nach CEFR (oder gleichwertige Qualifikation für Nicht-Muttersprachler) • Akademischer Abschluss (oder gleichwertiger Abschluss) und mindestens zwei Jahre Berufserfahrung (Fach- oder Führungsaufgabe) bei Vollzeitbeschäftigung nach Abschluss eines Studiums, oder • Reifeprüfung (oder gleichwertiger Abschluss) und mindestens vier Jahre Berufserfahrung (Fach- oder Führungsaufgabe) bei Vollzeitbeschäftigung, oder • Lehrabschluss/abgeschlossene Berufsausbildung und mindestens sechs Jahre einschlägige Berufserfahrung (Fach- oder Führungsaufgabe) bei Vollzeitbeschäftigung.

10. Ziel und Zweck des Studienprogrammes
<i>Der Studiengang Master of Science (MSc) in Wirtschaftspsychologie bietet eine fundierte Weiterbildung für eine Reihe von Einsatzbereichen in Unternehmen. Die Inhalte fokussieren</i>

auf Kompetenzen, die im HR-Management, in Marketing und Marktforschung, Consulting / Change Management, Training und Coaching benötigt werden. Die Wirtschaftspsychologie verbindet psychologische und betriebswirtschaftliche Schwerpunkte. Es geht um eine vertiefte und differenzierte Betrachtung des „Faktors Mensch“ in Wirtschaftsorganisationen. Das Curriculum deckt Schwerpunkte wirtschaftsbezogener Fächer, empirische Methoden, psychologische Fachgebiete und wirtschaftspsychologische Anwendungsfächer ab. Hierzu zählen beispielsweise Arbeits- und Organisationspsychologie, Bio- und Sozialpsychologie sowie Marketing, Markt- und Konsumentenpsychologie. Das MSc Studium orientiert sich stark an der Praxis im aktuellen Wirtschaftsleben und vermittelt fundiertes Wissen, das für Führungspositionen unverzichtbar ist.

11. Lernziele (Programm)	
A. Wissen und Verständnis Nach Abschluss des Studienprogrammes hat der erfolgreiche Studierende Wissen und Kenntnis von: A.1 dem Beitrag der Wirtschaftspsychologie für das Management eines Unternehmens in Bezug auf Entscheidungsfindungen, Personal, Führung, Marketing in Klein und Mittleren Unternehmen; A.2 den zentralen Bereichen der Wirtschaftspsychologie, inklusive deren Grundlagen, Entwicklungen und wissenschaftlichen Grenzen; A.3 aktuellen Konzepten, Theorien und Kontroversen in der wissenschaftlichen Diskussion; A.4 über Forschungsparadigma, Forschungsmethoden, Messtechniken, Statistik und deren Limitierungen; A.5 den ethischen Grundlagen der Wirtschaftspsychologie.	Lehr- und Lernmethoden Studierende erwerben Wissen und Verständnis durch: 1. aufgezeichnete Vorlesungen durch welche sie folgende Lernziele erreichen 1 – 5; 2. Live-Online Modulsitzungen einschließlich interaktiven Komponenten um die Lernziele 1, 3 und 5 zu erreichen; 3. Case Studies, die den Praxistransfer fördern, um die Lernziele 1, 2 und 3 zu erreichen; 4. gezielte Lektüre von Büchern, wissenschaftlichen Journale und Fachzeitschriften sowie Onlinere Ressourcen oder E-Learning-Materialien, um die Lernziele 1, 3, und 5 zu erreichen. Prüfungsmethoden Das Wissen der Studierenden wird überprüft durch: 1. Online Open Book Prüfungen, um die Lernziele 1, 2 und 3 abzu prüfen; 2. Hausarbeiten, um die Lernziele 1, 2, 3, 4 und 5 zu testen; 3. Case Studies und praktische Problemlösungsübungen, um die Lernziele 1, 2, und 3 zu überprüfen;

	4. die wissenschaftliche Abschlussarbeit, die alle Lernziele des Programms abdeckt (in Bezug auf den gewählten Themenbereich).
B. Fähigkeiten/Fertigkeiten Nach Abschluss des Studienprogrammes werden erfolgreiche Studierende fähig sein: B.1 kritisch und systematisch den Beitrag der Wirtschaftspsychologie für das Management eines Unternehmens in Bezug auf Entscheidungsfindungen, Personal, Führung, Marketing in Klein und Mittleren Unternehmen zu analysieren; B.2 analytisch und wissenschaftlich zu begründen und zu bewerten welchen Einfluss und welche Folgen die verschiedenen Instrumente der psychologischen Analyse haben; B.3 Verhaltensmuster zu erkennen und ihre Auswirkungen auf Unternehmen, Organisationsstruktur und die Gesellschaft bewerten können; B.4 Forschungsmethoden kritisch zu bewerten und Konzepte entwickeln ob und ggf. wie sie in Unternehmen implementiert werden können; B.5 statistische Methoden und Forschungsmethoden anzuwenden können; B.6 Forschungslücken zu erkennen und Forschungsfragen zu generieren um daraus ein praxisorientiertes Forschungsprojekt zu entwickeln	Lehr- und Lernmethoden Studierende erwerben Fähigkeiten durch: 1. aufgezeichnete Vorlesungen, wodurch die Lernziele 1 - 6 erreicht werden; 2. Case Studies, wodurch die Lernziele 1, 2, 3 und 6 erreicht werden; 3. Live-Online Modulsitzungen einschließlich interaktiven Komponenten, wodurch die Lernziele 2, 3, 4, 5 und 7 erreicht werden; 4. Online und Präsenzseminare sowie Tutorials (insbesondere) zur Vorbereitung auf die wissenschaftliche Abschlussarbeit (um alle Lernziele zu erreichen); 5. Beschäftigung mit Literatur und E-Learning Materialien, wodurch die Lernziele 1, 2, 3, 4, 5 und 6 erreicht werden. Prüfungsmethoden Die Fähigkeiten der Studierenden werden bewertet durch: 1. Online Open Book Prüfungen, einschließlich fallstudienbasierter Fragen, um die Lernziele 2, 3 und 4 zu bewerten; 2. Hausarbeiten zur Bewertung der Lernziele 1 – 6; 3. Präsentationen zur Überprüfung der Lernziele 1, 2, 6 und 7; 4. die wissenschaftliche Abschlussarbeit, die alle Lernziele des Programms abdeckt (in Bezug auf den gewählten Themenbereich).

unter Beachtung der methodischen Limitierungen; B.7 ethische Fragestellungen in Bezug auf ihr Forschungsprojekt bewerten können; B.8 Forschungsergebnisse, Erkenntnisse und Schlussfolgerungen mündlich überzeugend zu präsentieren unter Berücksichtigung der Zielmedien und der Zielgruppe.	
--	--

12. Programmstruktur (Levels, Module, ECTS, Studienverlauf)
12. 1 Gesamtübersicht/Studienverlauf
Siehe Handbuch für Studierende Aufbau Studienprogramm

12.2 Levels und Module		
Level 7		
Verpflichtend	OPTIONAL	Vorgaben Studienverlauf
Die Studierenden müssen folgenden Module belegen: Alle Module und die wissenschaftliche Abschlussarbeit	n/a	• WUF zu Beginn des Studiums • FMPD ist vor AWP zu absolvieren

12.3 Nicht-kompensierbare Module	
Modul Level	Modulkürzel
7	<i>Alle Module und die wissenschaftliche Abschlussarbeit</i>

13. Information zur Studien- und Prüfungsordnung

Für diesen Studiengang gilt die Studien- und Prüfungsordnung der KMU Akademie. In dieser finden Sie detaillierte Informationen, einschließlich des Beurteilungsschemas und der Bewertungskriterien. Verfügbar in der KMUnity unter: <http://kmunity.kmuakademie.ac.at>.

Die Bestimmungen der Middlesex University gelten dort, wo sie in der Studien- und Prüfungsordnung der KMU Akademie aufgeführt sind (z.B. in Berufungsfällen).

An der KMU Akademie werden Studierendenarbeiten dort wo es möglich, praktikabel und angemessen ist, in anonymisierter Form zur Beurteilung vorgelegt.

Prüfungen

Es wird eine Vielzahl von Prüfungsformen eingesetzt, die auf die angestrebten Lernziele des Programms und der Module abgestimmt sind, um sicherzustellen, dass die Leistungsüberprüfung für alle Studierenden ansprechend, fair und angemessen ist und die ihnen helfen, ein breiteres Spektrum an fachspezifischen, persönlichen und praxisrelevanten Fähigkeiten zu entwickeln.

Alle Module müssen mit mindestens der Note 4 bestanden werden.

Die Prüfungen werden in den Modulbeschreibungen angeführt. Weitere Details zur Leistungsüberprüfung (d. h. Einreichung, wiederholte Einreichung, Benotung, interne Moderation usw.) finden Sie im Handbuch (Teil 11 - 15) und in der Studien- und Prüfungsordnung.

Abschlüsse

Für den Abschluss „Master of Science in Business Psychology“ muss der/die Studierende 120 ECTS erreichen (d. h. alle 10 Module und die wissenschaftliche Abschlussarbeit).

Schließen Studierende das Studium nicht ab, haben aber ECTS in einem bestimmten Umfang erworben, kann von der Middlesex University ein sogenannter allgemeiner „Exit Award“ vergeben werden, welcher die Leistungen Studierenden belegt:

- Postgraduate Certificate (PG Cert); bei mindestens 40 ECTS auf FHEQ Level 7
- Postgraduate Diploma (PG Dip); bei mindestens 80 ECTS auf FHEQ Level 7

Studierende, die die Bedingungen für einen Exit-Award nicht erfüllen, erhalten ein „Results and Credit Statement“ (mit ECTS), welches die erreichten Studienleistungen dokumentiert.

Klassifizierung

Für den Abschluss im Studiengang Master of Science in Wirtschaftspsychologie gibt es keine Gesamtklassifizierung. Zertifikate und Diplome werden ebenfalls nicht klassifiziert.

14. Praktika

n/a

15. Karrierechancen

Untersuchungen der Arbeitsagenturen zeigen, dass für Masterabsolventen/-innen der Wirtschaftspsychologie sich unterschiedliche Tätigkeitsfelder in der freien Wirtschaft an, z.B. Marketing, Werbung, Personalwesen oder Unternehmensberatung anbieten. In der Regel spezialisiert man sich auf einen Themenbereich, z.B. Personalauswahl- und -entwicklung oder Konsumenten- oder Werbepsychologie.

Dies wird auch durch die Erfahrungen unserer eigenen Absolventen/-innen bestätigt. Darüber hinaus zeigt sich, dass ein Teil unserer Studierenden ihr Studium fortsetzt und ein Doktorat (einschließlich unseres DBA) absolviert.

16. Spezielle Lernförderung (falls zutreffend)

n/a

17. JACS code

C890

18. Relevante QAA subject benchmark(s)

Subject Benchmark Statement: Psychology (2019)

Subject Benchmark Statement: Master's Degrees in Business and Management (2015).

19. Referenzen (Richtlinien tertiärer Bildungsbereich UK)

- EU (2015) ECTS Users' Guide https://ec.europa.eu/education/resources-and-tools/european-credit-transfer-and-accumulation-system-ects_en
- Middlesex University (2020) Learning and Quality Enhancement Handbook (LQEH)
- QAA, (2008) *Higher Education Credit Framework for England: Guidance on Academic Credit Arrangements in Higher Education in England* www.qaa.ac.uk/quality-code/qualifications-and-credit-frameworks
- QAA (2015) Subject Benchmark Statement: Master's Degrees in Business and Management (Master)
- QAA (2019) Subject Benchmark Statement: Psychology
- QAA (2019) Characteristics Statement Master's Degree
- SEEC (2016) Credit level descriptors for higher education

20. Weiterführende Informationen

Alle Informationen, einschließlich der Studien- und Prüfungsordnung sowie die Handbücher und alle Lernressourcen und Lernmaterialien, die die Studierenden für ihr Studium benötigen, sind rund um die Uhr über den Online-Campus "KMUnity" zugänglich.

Bitte beachten Sie, dass die Studiengangsspezifikationen eine kurze Zusammenfassung der Hauptmerkmale des Studiengangs und der Lernerziele darstellen, die ein/e typische/r Studierende/r erreichen kann, wenn er/sie die angebotenen Lernmöglichkeiten voll ausschöpft. Ausführlichere Informationen über den Studiengang finden Sie in diesem Handbuch und in der Studien- und Prüfungsordnung.

Lehrplan für *Master of Science Wirtschaftspsychologie*

Dieser Abschnitt zeigt das höchste Level, auf welchem die Lernziele des Programms von allen Absolventen/-innen erreicht werden sollen, und ordnet die Lernziele des Programms den Modulen zu, in denen sie bewertet werden.

Lernziele (Programm)

Wissen und Verständnis			Fähigkeiten/Fertigkeiten
A1	Beitrag der Wirtschaftspsychologie für das Management eines Unternehmens in Bezug auf Entscheidungsfindungen, Personal, Führung, Marketing in Klein und Mittleren Unternehmen.	B1	Kritisch und systematisch den Beitrag der Wirtschaftspsychologie für das Management eines Unternehmens in Bezug auf Entscheidungsfindungen, Personal, Führung, Marketing in Klein und Mittleren Unternehmen zu analysieren.
A2	Zentrale Bereiche der Wirtschaftspsychologie, inklusive deren Grundlagen, Entwicklungen und wissenschaftlichen Grenzen.	B2	Analytisch und wissenschaftlich zu begründen und zu bewerten welchen Einfluss und welche Folgen die verschiedenen Instrumente der psychologischen Analyse haben.
A3	Aktuelle Konzepte, Theorien und Kontroversen in der wissenschaftlichen Diskussion.	B3	Verhaltensmuster zu erkennen und ihre Auswirkungen auf Unternehmen, Organisationsstruktur und die Gesellschaft bewerten können.
A4	Forschungsparadigma, Forschungsmethoden, Messtechniken, Statistik und deren Limitierungen.	B4	Forschungsmethoden kritisch zu bewerten und Konzepte entwickeln ob und ggf. wie sie in Unternehmen implementiert werden können.
A5	Ethische Grundlagen der Wirtschaftspsychologie.	B5	Statistische Methoden und Forschungsmethoden anzuwenden können.
		B6	Forschungslücken zu erkennen und Forschungsfragen zu generieren um daraus ein praxisorientiertes Forschungsprojekt zu entwickeln unter Beachtung der methodischen Limitierungen.
		B7	Ethische Fragestellungen in Bezug auf ihr Forschungsprojekt bewerten können.
		B8	Forschungsergebnisse, Erkenntnisse und Schlussfolgerungen mündlich überzeugend zu präsentieren unter Berücksichtigung der Zielmedien und der Zielgruppe.

Ergebnisse des Programmes										
A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	B5	B8
Höchstes von allen Absolventen/-innen erreichtes Level										
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7

Modul Titel	Module Code												
	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8
Wissenschaft und Forschung				X	X				X	X	X	X	X
Organisation und Management	X					X		X					
Marketing	X				X	X							
Personalmanagement	X					X							
Arbeits- und Organisationspsychologie	X	X		X		X	X		X				
Allgemeine und differentielle Psychologie	X				X	X			X				
Sozial- und Biopsychologie	X	X	X			X	X		X				
Führungspsychologie und Managementdiagnostik	X	X							X		X		
Angewandte Wirtschaftspsychologie (Beratungsmethoden)	X		X	X	X	X			X		X		
Markt- und Konsumentenpsychologie	X		X	X						X	X	X	
Masterarbeit	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X