

Psychologische Expertise für wirtschaftliche Spitzenleistungen

Wirtschaftspsychologie (M.Sc.)

(ohne psychologisches Vorwissen)

Für Führungskräfte Zugang auch ohne Erststudium möglich!
euro-fh.de/mep

Technologische Fortschritte, digitale Transformation und globale Vernetzung verändern Wirtschaft und Gesellschaft grundlegend. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, ihre Strukturen und Prozesse kontinuierlich anzupassen. Gleichzeitig entstehen neue Arbeitsmodelle und Kompetenzanforderungen, die eine innovative Gestaltung von Zusammenarbeit und Organisation erfordern.

Um Veränderungen erfolgreich zu steuern und die Schnittstelle zwischen Mensch und Wirtschaft optimal zu gestalten, sind fundierte wirtschaftspsychologische Kenntnisse unverzichtbar. In diesem Studiengang erweiterst du dein psychologisches Fachwissen gezielt und lernst, es in wirtschaftlichen Zusammenhängen anzuwenden.

Werde zur Schlüsselperson für Unternehmen und Mitarbeitende

Wirtschaftspsycholog/innen übernehmen wichtige Aufgaben in den Bereichen Personal, Führung und Organisationsentwicklung. Zudem spielen sie eine zentrale Rolle in der Gestaltung der Zusammenarbeit zwischen Mensch und Technologie. In diesem Studiengang erwirbst du das nötige Know-how, um Kommunikation und Interaktion in Unternehmen professionell zu steuern und so Arbeitsumfelder nachhaltig zu verbessern.

Mit deinem Master-Abschluss führst du den Titel Wirtschaftspsycholog/in!

Keyfacts

- Akkreditierter Studiengang
- Master of Science (M.Sc.), 90 Credits
- Studiendauer 18 oder 24 Monate
- Voraussetzungen: Erststudium & mind. 1 Jahr Berufserfahrung.
  Details unter: **euro-fh.de/zulassung**
- Vorleistungen anrechenbar.
  Details unter: **euro-fh.de/anrechnung**

Immer für dich da

Dein/e persönliche/r Studienbetreuer/in ist während des gesamten Studiums für alle Anliegen mit vollem Einsatz für dich da. Ebenso wie **unsere engagierten Tutor/innen**, die dich mit Feedback, Tipps und Fachexpertise unterstützen.

Deine Vorteile

- Jederzeit starten
- 4 Wochen kostenlos testen
- Innovative Lerntools im Online-Campus
- Flexible Prüfungstermine, wahlweise online oder vor Ort
- Studiendauer kostenlos um 50 % verlängern

Studiere smarter

Unsere KI-Lernbegleiterin **KILEA** hilft dir 24/7 bei allen Lernfragen und unterstützt dich bei deinen Prüfungsvorbereitungen!



Prof. Dr. Miriam Hägerbäumer
Dekanin des Studiengangs, Professorin für Human Resource Management und Business Psychology

„Erweitere deine heutige Qualifikation mit fundiertem wirtschaftspsychologischem Fachwissen, das dein berufliches Handeln enorm bereichert – schon während des Studiums."

Lerne deine Dekanin kennen: euro-fh.de/haegerbaeumer

Spezialisiere dich individuell entsprechend deiner Interessen und Karriereziele



Wähle zwei aus zehn topaktuellen Themen der Angewandten Wirtschaftspsychologie, die sowohl etablierte als auch neue Berufsfelder abdecken:

- **Führung**
- **Konsumentenpsychologie & Werbewirkung**
- **Management Decision Making**
- **User Experience & Consumer Research**
- **Wirtschaftspsychologisches Krisenmanagement**
- **Personalentwicklung**
- **Gesundheitsmanagement**
- **Interkulturelle Wirtschaftspsychologie**
- **Mensch-Maschine-Interaktion**
- **Recruiting & Eignungsdiagnostik**

Hervorragende Zukunftsperspektiven für Wirtschaftspsycholog/innen

Als qualifiziertes Multitalent mit psychologischem und betriebswirtschaftlichem Background unterstützt du Unternehmen, Organisationen, Mitarbeitende und Kund/innen auf ihrem Weg in eine erfolgreiche Zukunft. Mit deiner breiten Qualifikation kannst du in verschiedenen wirtschaftspsychologischen Tätigkeitsfeldern beruflich durchstarten:

» Personal- und Führungskräfteentwicklung, Coaching
» Organisationsberatung und -entwicklung, Change Management, Consulting
» Personalmarketing & Recruiting
» Betriebliches Gesundheitsmanagement
» Konsument/innen-, Markt- und Werbepsychologie, Marktforschung
» Human Factors: Gestaltung der Schnittstelle und Interaktion von Mensch & Maschine/Algorithmus
» Organizational Sustainability: Förderung von ethischem und nachhaltigem Handeln in Organisationen
» Internationales Personalmanagement

Ein Master-Studium speziell für Wirtschaftswissenschaftler/innen

Dieser weiterbildende Master-Studiengang richtet sich an Berufstätige mit einer akademischen Vorbildung im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich – psychologisches Vorwissen ist nicht erforderlich! Dein vorhandenes Know-how verknüpfst du im Studium mit umfangreichem psychologischem Fachwissen – praxisnah und anwendungsorientiert. So bereitest du dich gezielt auf deine Karriere als Wirtschaftspsycholog/in vor.

Du hast bereits psychologische Vorkenntnisse? Dann ist unser Master „Wirtschaftspsychologie (mit psychologischem Vorwissen)“ (siehe S. 62) genau das Richtige für dich!



Deine Studieninhalte

	Module	Credits
Psychologische Grundlagen	Grundlagen der Psychologie	8
	Psychologische Grundlagen II	6
Methodenkompetenzen	Quantitative und qualitative Forschungsmethoden	8
	Forschungsprojekt	8
Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie	AOW-Psychologie I	8
	AOW-Psychologie II	6
Schlüsselkompetenzen	Psychologische Handlungskompetenzen	6
	Organisationsberatung	8
Angewandte Wirtschafts-psychologie [Wahl 2 aus 10]	Modul 1	8
	Modul 2	8
	Master-Thesis	16

Startbereit? Das sind deine Zugangswege:

Du kannst neben einem **Erststudium mit 210 Credits** auch mit einem **Erststudium mit 180 Credits plus Berufserfahrung oder plus Brückenkurs** zum Studium zugelassen werden. Alle Zulassungsinfos findest du unter **euro-fh.de/ma/logistik-digitalisierung**

Auch **Führungskräfte ohne Erststudium** können bei uns studieren: über unser Master-Einstiegsprogramm (mehr Infos unter: euro-fh.de/mep).



Zulassungsvoraussetzungen

1. Zugangswege

1. a. Zugang mit 180 Credits aus dem Erststudium

Mit einem abgeschlossenen, grundständigen Studium an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule mit betriebs- oder wirtschaftswissenschaftlichem Schwerpunkt und mit mindestens 180 Credits kannst du zugelassen werden, wenn:

- du über mindestens ein Jahr einschlägige Berufserfahrung verfügst (während oder nach dem Erststudium erlangt)
  ODER
- du über mindestens ein Jahr qualifizierte Berufserfahrung verfügst (während oder nach dem Erststudium erlangt) und zusätzliche 30 Credits über Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen nachweisen kannst oder einen Brückenkurs an der Euro-FH absolvierst.

1. b. Zugang mit 210 Credits aus dem Erststudium

Mit einem abgeschlossenen, grundständigen Studium an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule mit betriebs- oder wirtschaftswissenschaftlichem Schwerpunkt und mindestens 210 Credits kannst du zugelassen werden, wenn du über mindestens ein Jahr einschlägige Berufserfahrung verfügst (während oder nach dem Erststudium erlangt).

Hinweise für 1. a. und 1. b.:
Hochschulabsolvent/innen eines nicht wirtschaftswissenschaftlichen Studiums benötigen ein Motivationsschreiben, in dem die Studienmotive, die Ziele, der persönliche Hintergrund und die qualifizierenden Berufserfahrungen für diesen Studiengang begründet werden.

Die Bewertung deiner Qualifikation und die Zulassungsentscheidung anhand der vollständigen Bewerbungsunterlagen und des Motivationsschreibens erfolgt in diesem Fall durch den studiengangsspezifischen Zulassungsausschuss.

Da sich dieser weiterbildende Master speziell an Berufstätige mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund ohne psychologische Vorkenntnisse richtet, können Absolvent/innen der (Wirtschafts-) Psychologie nicht aufgenommen werden.

1. c. Zugang ohne Hochschulabschluss für berufserfahrene Führungskräfte

Wenn du über eine abgeschlossene Berufsausbildung sowie eine mindestens zehnjährige qualifizierende Berufserfahrung mit mindestens sechs Jahren Führungsaufgaben verfügst, kannst du über unser Master-Einstiegsprogramm zugelassen werden.
Ausführliche Informationen hierzu findest du unter: www.euro-fh.de/master-fernstudium/master-ohne-erststudium/.

2. Fremdsprachenkenntnisse Englisch

Du verfügst über ausreichende Englischkenntnisse auf dem Niveau B2 gemäß dem Europäischen Referenzrahmen für Sprachen. Auf unserer Website steht dir ein Selbsttest zur Einschätzung deiner Englischkenntnisse zur Verfügung.

3. Pflichtnachweise

Für deine Immatrikulation benötigen wir zudem folgende Unterlagen von dir:

- Tabellarischer lückenloser Lebenslauf mit detaillierten Angaben zur akademischen und beruflichen Laufbahn
- Digitales Foto als jpg-Datei
- Elektronische Meldung deines Versichertenstatus durch deine Krankenkasse an die Euro-FH vor der Immatrikulation (unter Angabe der Absendernummer: H0001913)
- Datenblatt zur Erhebung der Hochschulstatistik
- Kopie/Scan/Foto des Hochschul-Abschlusszeugnisses des Erststudiums
- Kopie/Scan/Foto der Hochschul-Abschlussurkunde des Erststudiums
- Nachweis über die entsprechende Dauer und Art der Berufspraxis nach dem Erststudium (Kopie/Scan/Foto)
- Wenn das Erststudium nicht schwerpunktmäßig im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich abgeschlossen wurde: ein Motivationsschreiben, in dem die Studienmotive, die Ziele, der persönliche Hintergrund und die qualifizierenden Berufserfahrungen sowie einschlägige Fort- und Weiterbildungen dargelegt werden, sowie ggf. Nachweise über Führungs- oder Fachverantwortung bzw. eine kaufmännische Ausbildung.

Alle Vorlagen findest du zum Download auf unserer Website unter www.euro-fh.de/vorlagen.

Module & Credits im Überblick

Hochschulabschluss: Master of Science (M.Sc.) – 90 Credits

Master-Thesis	16 Credits

Spezialisierung Angewandte Wirtschaftspsychologie [Wahl 2 aus 10]

User Experience & Consumer Research	8 Credits	Wirtschaftspsychologisches Krisenmanagement	8 Credits
Gesundheitsmanagement	8 Credits	Konsumentenpsychologie und Werbewirkung	8 Credits
Interkulturelle Wirtschaftspsychologie	8 Credits	Management Decision Making	8 Credits
Mensch-Maschine-Interaktion	8 Credits	Personalentwicklung	8 Credits
Recruiting und Eignungsdiagnostik	8 Credits	Führung	8 Credits

Schlüsselkompetenzen

Psychologische Handlungskompetenzen	6 Credits	Organisationsberatung	8 Credits

Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie

AOW-Psychologie 1	8 Credits	AOW-Psychologie 2	6 Credits

Methodenkompetenzen

Forschungsprojekt	8 Credits	Quantitative und qualitative Forschungs-methoden	8 Credits

Psychologische Grundlagen

Grundlagen der Psychologie	8 Credits	Psychologische Grundlagen 2	6 Credits

Module, Studieneinheiten und Inhalte

1. Grundlagen der Psychologie

Seminar „Einführung in das Studium“ 2 Credits

• Einführung in die Psychologie: • Grundlegende Fragestellungen und Anwendungsfelder • Themen und Inhalte der psychologischen Grundlagenfächer: Allgemeine Psychologie, Differentielle Psychologie, Sozialpsychologie, Entwicklungspsychologie • Relevanz der psychologischen Forschungsdisziplinen • Besonderheiten des Fernstudiums

Allgemeine Psychologie 2 Credits

• Wahrnehmung und Aufmerksamkeit • Lernen und Gedächtnis • Sprache • Emotion und Motivation • Denken, Urteilen und Entscheiden

Differentielle Psychologie 2 Credits

• Historische Vorläufer und Geschichte der Persönlichkeitspsychologie • Gegenstand der Persönlichkeitspsychologie • Zentrale Konzepte der Persönlichkeitspsychologie • Paradigmen der Persönlichkeitspsychologie • Ein Rahmenmodell der Persönlichkeit • Evolutionäre und biologische Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie • Dispositionelle Persönlichkeitseigenschaften

Sozialpsychologie 2 Credits

• Soziale Wahrnehmung • Soziale Kognition • Attribution, Selbstwert und Kultur • Prosoziales Verhalten und psychische Gesundheit

2. Psychologische Grundlagen 2

Psychologische Grundlagen 2 6 Credits

• Vertiefung Allgemeine Psychologie: • Denken, Problemlösen und Entscheiden • Volition, Selbstregulation und Selbstmanagement • Vertiefung Differenzielle Psychologie: • Methodische Zugänge zur Einzigartigkeit des Menschen; Das Identitätsmodell der Lebensgeschichten • Stabilität und Veränderbarkeit von Persönlichkeit • Mechanismen der Persönlichkeitsentwicklung • Vertiefung Sozialpsychologie: • Einstellungen und Vorurteile: Entstehung, Bedingungen, Strategien zu ihrer Beeinflussung • Aggressives Verhalten: Bedingungen, Einflussfaktoren, Formen, Prävention und Intervention • Positive Psychologie und Kompetenzförderung: • Ressourcen- statt Defizitorientierung • Positive Gestaltung von Beziehungen und Kommunikation • Gestaltung positiver Führung • Positive Psychologie in beruflichen Kontexten (z. B. Bildungseinrichtungen, Personalentwicklung)

3. Quantitative und qualitative Forschungsmethoden

Quantitative Forschungsmethoden 5 Credits

• Wissenschaftstheoretische Grundlagen der quantitativen Forschungsmethoden • Messen und Testen • Methoden der Datenerhebung • Deskriptive Datenanalyse: Anteile, Häufigkeitsverteilungen, Lage- und Streuungsmaße, Varianz, Verteilungen • Graphische Datenexploration • Korrelation und Regression • Inferenzstatistische Aussagen für Lage- und Streuungsmaße • Inferenzstatistische Aussagen für Zusammenhangs- und Unterschiedshypothesen • Effektgrößen • Die Multiple Regression • t-Test und Varianzanalyse • Testverfahren für nominal- oder ordinalskalierte Daten • Das Konzept der Teststärke • Faktorenanalysen und Clusteranalysen • Strukturgleichungsmodelle und Metaanalysen

Qualitative Forschungsmethoden und Mixed-Methods-Designs 3 Credits

• Wissenschaftstheoretische Grundlagen der qualitativen Sozialforschung und des Mixed-Methods-Paradigmas • Der Forschungsprozess in der qualitativen Sozialforschung und bei Mixed-Methods-Ansätzen • Qualitätskriterien der qualitativen Sozialforschung und der Mixed-Methods-Forschung • Operationalisierung und Stichprobenziehung • Datenerhebung in der qualitativen Sozialforschung • Qualitative Datenanalyse • Grounded Theory und qualitative Inhaltsanalyse

4. Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie 1

Arbeitspsychologie 4 Credits

• Arbeitsanalyse und -gestaltung • Eignung, Qualifikation und Kompetenz • Personalauswahl und Personalentwicklung • Arbeitszufriedenheit und Arbeitsmotivation • Extra- und kontraproduktives Verhalten • Arbeit und Gesundheit

Organisationspsychologie 4 Credits

• Moderne Arbeitswelten • Organisationsstrukturen • Organisationstheorien • Organisationsdiagnose und -entwicklung • Organisationsklima und -kultur • Interaktion, Kommunikation und Konflikte • Führung • Teamarbeit und Teamentwicklung

5. Arbeits-, Organisations- und Wirtschafts-psychologie 2

Aktuelle Themen des arbeitspsychologischen Gesundheits-managements 2 Credits

• Theorien und Modelle zu Belastung, Beanspruchung und Stress • Betriebliches Gesundheitsmanagement und betriebliche Gesundheitspolitik • Aktuelle psychologische Studien zu Themen des arbeitspsychologischen Gesundheitsmanagements

Aktuelle Themen der Organisationsgestaltung 2 Credits

• Führungstheorien und -modelle • Diversity Management • Ethische Richtlinien • Aktuelle psychologische Studien zu Themen der Organisationsgestaltung

Aktuelle Themen der Finanz- und Entscheidungspsychologie 2 Credits

• Theorien und Modelle der Finanz- und Entscheidungspsychologie • Methoden und Anwendungskontexte der Finanz- und Entscheidungspsychologie • Aktuelle psychologische Studien zu Themen der Finanz- und Entscheidungspsychologie

6. Psychologische Handlungskompetenz

Psychologische Gesprächsführung 2 Credits

• Pragmatische Modelle menschlicher Kommunikation • Gesprächsphasen bei psychologisch orientierter Gesprächsführung • Prävention, Analyse und Intervention in kommunikativen Konflikten • kommunikationspsychologische Grundtechniken wie aktives Zuhören, doppeln und zirkuläres Fragen • Modelle und Interventionen zur Selbst-, Kommunikations- und Persönlichkeitsklärung

Coaching 2 Credits

• Phasen des Coachings und entsprechende geeignete Interventionsmethoden • Situations-, Ziel- und Auftragsklärung (Anamnese) im Erstgespräch • Typische Coachinganlässe • Dramaturgie einer Coachingsitzung und eines Coachingprozesses

Konfliktberatung und Mediation 2 Credits

• Arbeitsplatz- und berufsbezogene Konflikte • Die eigene Rolle in Konflikten verstehen • Phasen der Konflikteskalation • Schritte eines Konfliktcoachings bzw. Mediationsprozesses • Phasenspezifische Interventionen zur Konfliktklärung (Auftrags-Ziel und Sichtweisenklärung; aktives Zuhören, doppeln, Positionen und Interessen trennen, Sichtweisen verbinden, verhandeln)

7. Forschungsprojekt

Forschungsmethoden 2 Credits

• Methodenlehre in der Psychologie • Idealtypischer Ablauf einer empirischen Untersuchung • Grundlagen des Messens und Testens in der Psychologie • Experimentelle Designs in der Psychologie • Korrelationsforschung • Einzelfallstudien • Publizieren und Präsentieren • Ethische und rechtliche Aspekte psychologischer Forschung

Individuelles Forschungsprojekt 4 Credits

• Einarbeiten in ein Forschungsgebiet • Selbstständige Literaturrecherche • Entwickeln eines Forschungsdesigns • Erstellung der Projektskizze für das Forschungsprojekt • Durchführung der Datenerhebung • Statistische Auswertung der Daten • Erstellen einer Präsentation für das Forschungskolloquium • Anfertigen eines Forschungsberichtes in Form einer Projektarbeit

Vorbereitendes Webinar zum Forschungskolloquium 1 Credit

• Forschungsdesigns und Entwicklung von Erhebungsinstrumenten • Präsentation von Arbeitsständen / Projektplänen

Forschungskolloquium – Seminar 1 Credit

• Präsentation des eigenen Forschungsprojektes • Kennenlernen von Forschungsprojekten anderer Studierender • Diskussion verschiedener Forschungsprojekte

8. Organisationsberatung

Grundlagen der Organisationsberatung 3 Credits

• Grundlagen, Einordnung und Hintergründe der Beratung von Organisationen, Gruppen und Individuen • Beraterrolle und Qualitätsstandards der Beratung • Phasen des Beratungsprozesses • Markt für Beratungsleistungen • Auftragsklärung, Aufbaustruktur und Ablauforganisation der Beratung • Systemische Prinzipien der Gestaltung von Organisationen

Ausgewählte Aspekte der Organisationsentwicklung 2 Credits

• Startszenarien und Diagnosemethoden • Großgruppenverfahren für den organisationalen Wandel • Projekte als Kern organisationaler Veränderungskonzepte • Mit Team- und Kulturentwicklung zur (Hoch-) Leistungsorganisation • Coaching von Führungskräften als strategische Beratungskomponente • Moderation und Mediation bei Konflikten in Organisationen • Evaluation von Beratungsinterventionen und Forschungsbefunde

Trends und innovative Beratungsansätze für anpassungsfähige Organisationen 3 Credits

• Begegnung von technologischen und kulturellen Herausforderungen durch digitalen Wandel und New Work • Konzepte der anpassungsfähigen Organisationsgestaltung • Sinnstiftende Kultur und psychologische Sicherheit als Erfolgsfaktoren • Methoden der agilen Organisationsentwicklung

9. bis 10. Angewandte Wirtschaftspsychologie
[Wahl 2 aus 10]

„Wähle zwei topaktuelle Bereiche der Angewandten Wirtschaftspsychologie, welche sowohl auf etablierte als auch auf neuartige Berufsfelder von Wirtschaftspsycholog/innen ausgerichtet sind. Zur Auswahl stehen zehn praxisrelevante Themen der Wirtschaftspsychologie.“



Prof. Dr. Miriam Hägerbäumer
Professorin für Human Resource Management und Business Psychology

[1] Führung

Performance Management 2 Credits

• Psychologische Grundlagen von Leistung und Engagement • Leistungssteuerung im Unternehmen • Führung als Instrument des Performance Managements

Führung in Organisationen 4 Credits

• Rahmenbedingungen von Führung • Führungsprozess und Führungsaufgaben • Legitimation von Führung und Führungsautorität • Führungsinstrumente • Kommunikative Ansätze und Grundlagen im Führungsprozess • Führungstheorien und -konzepte: eigenschafts-, verhaltenssituations-, sowie einstellungs-/haltungsbasierte Ansätze; z. B. transformationale/situative/authentische/ethische/gesunde/systemische Führung • Neue Führungskonzepte, z. B. Shared Leadership, Teilzeitführung, Digital Leadership

Gesunde Führung 2 Credits

• Gesundheitsorientierte Selbst- und Mitarbeitendenführung • Gesundheitsförderliche Arbeitsgestaltung • Entwicklung von individueller und organisationaler Resilienz • Prävention von psychischen Belastungen, Konflikten und Mobbing • Umgang mit gesundheitsrelevanten Führungsherausforderungen • Betriebliche Handlungsmöglichkeiten im Umgang mit erkrankten Mitarbeitenden (inkl. Rückkehrgespräch)

[2] Gesundheitsmanagement

Grundlagen, Prozesse und Instrumente des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) 4 Credits

• Dimensionen, Zielgruppen, Grundlagen und Nutzen des Betriebliches Gesundheitsmanagements (BGM) • Salutogenese und Arbeitsfähigkeit als Ansätze des Betrieblichen Gesundheitsmanagements • Belastung, Beanspruchung und Stress im beruflichen Kontext • Aufgabenfelder von Führungskräften und Gesundheitsmanagern bei der Gesundheitsförderung im Betrieb • Analyseprozesse und -instrumente im BGM • Planung, Durchführung und Evaluation verhaltens- und verhältnisbezogener Interventionen und Maßnahmen

Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastungen 4 Credits

• Ausgangssituation und Rechtsgrundlagen der Gefährdungsbeurteilung psychischer Gesundheit • Vorgehen bei der psychischen Gefährdungsbeurteilung • Methoden und Instrumente zur Erhebung psychischer Belastungen und Ressourcen

[3] Interkulturelle Wirtschaftspsychologie

Grundlagen der Kulturpsychologie 4 Credits

• Gegenstand und Spezialgebiete der Kulturvergleichenden Psychologie • Methoden der Kulturvergleichenden Psychologie • Anlage-Umwelt-Kontroverse aus kulturvergleichender Sicht • Entwicklung im Kindes- und Jugendalter • Beschreibung und Klassifikation von Kulturen • Psychische Prozesse im Kontext der Kultur, Stereotype und Vorurteile

Interkulturelle Kompetenz und internationale Führung 4 Credits

• kulturelle Unterschiede: Werteorientierungen, Werte und Verhalten • Interkulturelle Kommunikation und Handlungskompetenz • Konzeption und Durchführung interkultureller Trainings • Interkulturelle Führungsforschung • Interkulturelle Fallstudien • Interkulturelle Unternehmenskooperationen • Anwendungsfelder interkultureller Methoden und Forschung

[4] Konsumentenpsychologie und Werbewirkung

Konsumenten- und Werbepsychologie 4 Credits

• Einführung in die Konsumenten- und Werbepsychologie: Subjektive Wahrnehmung und Ziele von Werbung, Modelle der Werbewirkung, Konzepte zur Gestaltung von Werbung, Werbeformen und -medien • Prinzipien und Theorien der (Kauf-)Entscheidung, Heuristiken und Urteilsverzerrungen • Zufriedenheit, Konsistenz und Reaktanz bei Kaufentscheidungen • Differentielle Konsumentenpsychologie • Werbemittel, Inhalte und Gestaltung von Werbung: Storytelling, Humor und Erotik, weitere Prinzipien der Werbegestaltung • Produkt- und Preisgestaltung, Preissensitivität

Marktforschung und Werbewirkungsmessung 2 Credits

• Klassische Methoden der Marktforschung und Werbewirkungsmessung • Aktuelle Entwicklungen und zukünftige Herausforderungen in der Marktforschung (allgemein und in ausgewählten Handlungsfeldern)

Aktuelle Studien und Fallbeispiele zur Werbe- und Konsumentenpsychologie 2 Credits

• Ausgewählte Studien zu aktuellen Themen der Werbe- und Konsumentenpsychologie (z. B. nachhaltiger/ethischer Konsum, psychologische Wirkmechanismen im Social Media Marketing, Nudging im Marketing) • Analyse aktueller Fallbeispiele

[5] Management Decision Making

Grundlagen und aktuelle Ansätze der psychologischen Entscheidungsforschung 5 Credits

• Gegenstandsbereich, Historie und Grundbegriffe) • Entscheiden unter Unsicherheit: Theoretische Ansätze, Heuristics and Biases vs. Fast and Frugal Heuristics, weitere Phänomene) • Präferenzen und Entscheidungsregeln) • Einfluss von äußeren Umständen und Merkmalen der Entscheidungssituation) • Die Rolle von Emotionen bei Entscheidungen) • Intuitive Entscheidungen) • Risikokompetenz als Grundlage für Managemententscheidungen

Ausgewählte Anwendungsbereiche im Management 3 Credits

• Umsetzung von Erkenntnissen der psychologischen Entscheidungsforschung in ausgewählten Anwendungsfeldern (z. B. Ausbildung und Training in der Luftfahrt, Entscheidungsstrukturen und -verhalten in der Medizin, Führungskräftetraining und Organisationsentwicklung, Risikowahrnehmung und -kommunikation) • Analyse aktueller Fallbeispiele

[6] Mensch-Maschine-Interaktion

Grundlagen von Mensch-Maschine-Interaktionen 4 Credits

• Geschichtliche Einordnung von Mensch-Maschine-Interaktionen • Interdisziplinäre Begriffe und Einordnung technischer und psychologischer Konzepte und Modelle • Rahmenbedingungen der Ausgestaltung von Mensch-Maschine-Schnittstellen und Systemen • Psychologische und physiologische Grundlagen der Mensch-Maschine-Interaktion • Technologische Grundlagen der Mensch-Maschine-Interaktion • Grundprinzipien der Interaktionsgestaltung und Informationsvisualisierung • Methoden der menschenzentrierten Interaktionsgestaltung (Interaction Design)

Ausgewählte Aspekte von Mensch-Maschine-Interaktionen 4 Credits

• Analyse ausgewählter Fallbeispiele im organisationalen Kontext • Management und Führung interdisziplinärer Teams zur Gestaltung von Mensch-Maschine-Interaktionen • Anwendungskontexte und Nutzen der menschenzentrierten Schnittstellengestaltung im kommerziellen Praxiseinsatz • Besonderheiten, Chancen und Grenzen technologischer Anwendungen wie Virtual Reality und Augmented Reality in der Praxis • Forschungsfelder und Forschungsansätze aus wirtschaftspsychologischer Perspektive

[7] Personalentwicklung

Strategische Personalentwicklung 5 Credits

• Personalentwicklung als Beitrag zum Unternehmenserfolg • Prozess der strategischen Personalentwicklung: Bedarfsermittlung, Konzeption, Maßnahmenableitung und -durchführung, Evaluation, Transfersicherung • Strategisches Kompetenzmanagement: Bedeutung, Vorgehen, Kompetenzmodelle und Kompetenzmessung • Strategisches Talentmanagement: Bedeutung, Talentverständnis, Talente identifizieren, entwickeln, einsetzen und binden

Ansätze der Personalentwicklung 3 Credits

• Führungskräfteentwicklung: Bedeutung, Ansätze und Zielstellungen, Formate, Erfolgsfaktoren • Teamentwicklung: Bedeutung und Entwicklung von Identität, -vision und Leistungsfähigkeit von Teams • Organisationsentwicklung: Bedeutung, Modelle und Strategien • Zukunftsvisionen der Personalentwicklung: Positionierung, Leitbild, Aufgaben und Szenarien • Innovative Personalentwicklungsansätze vor dem Hintergrund von Megatrends, z. B.: Lernende Organisation, Job Crafting, Einsatz von Künstlicher Intelligenz, lebensphasensensible Personalentwicklung

[8] Recruiting und Eignungsdiagnostik

Strategien der Talentgewinnung 2 Credits

• Relevanz der Talentgewinnung und -bindung vor dem Hintergrund der zukünftigen Arbeitsmarktsituation • Bedeutung einer zielgerichteten, strategischen Personalbedarfsplanung und -gewinnung zur Sicherstellung der Besetzung von Schlüsselpositionen • Wesentliche Schritte im Talentmanagement: Analyse von Bedarfen und Kompetenzen, Identifikation und Auswahl von Potenzialträgern, Gewinnung, Führung, Förderung und Bindung von Talenten • Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren des strategischen Talent Managements

Handlungsfelder der Personalgewinnung 4 Credits

• Methoden und Gestaltungsansätze des Personalmarketings & Employer Brandings • Rekrutierungsstrategien & -trends: Aktive Suchstrategien • Kandidatenbindung & Talent Pools • Candidate Experience: Attraktive Gestaltung des Auswahl- und Onboardingprozesses • Mitarbeiterbindung/ Retention Management durch Gestaltung von Arbeitsinhalten, Arbeitsbedingungen (inkl. Vergütung), Unternehmens- und Führungskultur

Eignungsdiagnostische Verfahren in Praxis und Forschung 2 Credits

• Historie, aktuelle Rahmenbedingungen und Trends in der psychologischen Eignungsdiagnostik • Entwicklung von Einzel- und Gruppen-Assessment-Verfahren zur Personalauswahl oder -platzierung • 360°-Feedback • Kriterien für die Indikation und Evaluation von Assessment Centern und anderen Assessment-Verfahren • Besonderheiten und Herausforderungen der Top Management Diagnostik • KI-gestützte eignungsdiagnostische Verfahren • Konkrete Anwendungsbeispiele und Forschungsbefunde zur Qualität ausgewählter eignungsdiagnostischer Verfahren

[9] User Experience und Consumer Research

User Experience und Usability 2 Credits

• Historie und Einordnung im Kontext Customer Experience, User Experience, User Interface, User Experience Management (Blick auf die zwei Perspektiven „Produkt“ oder „Unternehmensperspektive“) und Utility • Gegenüberstellung der Begrifflichkeiten „User Experience (UX)“ und „Usability“ und Darlegung der jeweiligen Ziele • UX-Design-Prozess (Planung von Informationsarchitekturen und Navigationsstrukturen in digitalen Umwelten, Interaktionsdesign und Umgang mit Prototyping) und weitere Methoden (Design Thinking, Storytelling, Agile UX-Flow, User-Centered Design etc.)

Praktische Umsetzung von UX und Usability 2 Credits

• Anwendung von UX und Usability in digitalen Kanälen (Fokus auf Webseiten, Online-Shops, mobilen Interfaces und Applikationen, deren Content-Strategien und das jeweilige Visual Design) • Herausforderungen für User Experience und Usability (z. B. Design Ethics in UX, branchenspezifische Herausforderungen, Inklusivdesign)

Consumer Research und UX-/Usability-Testing 4 Credits

• Hintergrund der (digitalen) Konsumentenforschung und deren Besonderheiten • Methoden zur Erforschung des Konsumentenverhaltens im digitalen Bereich • Begleitendes UX-/Usability-Testing, -Monitoring und -Controlling über den ganzen UX Prozess hinweg (Verwendung von UX Fragebögen wie AttrakDiff2, UEQ, UEQ+, meCUE, VISAWI oder Web-Clic, Messung der Bearbeitungszeiten von Tasks, Erhebung von digitalem Nutzerverhalten wie Click-Pfade oder Mausbewegungen etc.) • Anwendung von innovativen (nicht-wissenschaftlichen) Methoden zur digitalen Konsumentenforschung (Google Trends, Trendwatching, Think with Google u. w.) • Blick auf neue Forschungsmethoden und deren Einsatzgebiete (Künstliche Intelligenz, Natural Language Processing, automatisierte Sentiment-Analysen, Blockchain, Text Mining, Big Data, Data Analytics, Befragung per Chatbot, Virtual Reality • Ethische und rechtliche Herausforderungen digitaler Konsumentenforschung (Research Responsibility, 360° Einblick in das digitale Kundenverhalten, Datenschutz und DSGVO)

[10] Wirtschaftspsychologisches Krisenmanagement

Grundlagen des psychologischen Krisenmanagements 3 Credits

• Theorien und Modelle psychologischer Krisen • Diagnostik und Intervention im individuellen Krisenkontext • Anwendungskontexte psychologischen Krisenmanagements

Krisenbewältigung in Organisationen 3 Credits

• Interdisziplinäre Analyse und Diagnostik von Krisen in Organisationen • Theorien und Modelle des strategischen und operativen Krisenmanagements in Organisationen • Krisenkommunikation • Mitarbeiter- und Teamführung im Krisenkontext • Resilienz in Unternehmen

Erfolgreiches Krisenmanagement in der Praxis 2 Credits

• Analyse ausgewählter Fallbeispiele des Krisenmanagements in vielfältigen Wirtschaftskontexten und Organisationsformen • Praxiskonzepte zur Krisenerkennung und -bewältigung entwickeln, evaluieren und optimieren

11. Master-Thesis

Master-Thesis 16 Credits

• Mit der Master-Thesis zeigst du, dass du eine aktuelle Fragestellung aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie selbstständig bearbeiten und in einer wissenschaftlichen Arbeit darstellen kannst.

Deine Kompaktseminare: interaktiv, große Terminauswahl, i. d. R. online

Für deine Kompaktseminare bieten wir dir eine große Terminauswahl an, aus der du frei und flexibel wählen kannst.

Detailangaben zu Durchführungsform und Dauer findest du bei der jeweiligen Seminarbeschreibung auf den Folgeseiten.

Praxisnahe Vertiefung und persönliche Weiterentwicklung

Du absolvierst in deinem Studium sechs Kompaktseminare, die i. d. R. online stattfinden. Weitere

In kleinen Gruppen und unter persönlicher Anleitung durch unsere Praxisexpert/innen wendest du dein erlangtes Wissen aktiv an.

Einführungsseminar

online

Das Seminar findet zu Beginn deines Studiums statt und führt dich in das Fernstudium an der Euro-FH sowie in den Studiengang ein. Du lernst deine Mitstudierenden, das Team der Euro-FH und einige deiner Dozent/innen kennen und knüpfst nützliche Kontakte.

Im Seminar lernst du das Themenspektrum sowie Fragestellungen und Methoden der Psychologie kennen. Du setzt dich mit psychologischen Trends, Kompetenzen und Berufsfeldern auseinander, reflektierst deine Interessen und mögliche Schwerpunktsetzungen.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.

Psychologische Gesprächsführung

online

In einem Wechsel aus Übungen, Inputs und Reflexionsphasen wird das psychologische Gesprächsverhalten trainiert. Du lernst Methoden zur Selbstklärung, zur Kommunikationsklärung und zur Persönlichkeitsklärung wie das „Innere Team“ oder das „Riemann-Thomann-Modell“ kennen.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.



„Ich merke schon in meiner täglichen Arbeit, dass ich durch mein Studium anders auf die Kollegen eingehen kann, die ich im Personalmanagement betreue – ***ich kann die Situationen besser einschätzen und Gespräche anders lenken. Jetzt bin ich auf dem Weg in meine erste Führungsposition.*** *Auch dabei hilft mir mein Studium sehr um meinen Führungsstil so auszugestalten, wie ich das möchte!“*

Theresa Häcker, Absolventin Wirtschaftspsychologie



Konfliktberatung und Mediation

online

In diesem Seminar erprobst du dein Wissen aus dem Studienheft in einem sicheren Rahmen und erweiterst dein konfliktbezogenes Verhaltensrepertoire. Du übst Methoden des Konfliktcoachings, der Mediation und der Konfliktmoderation anhand vorbereiteter Rollenspiele sowie auf Basis eigener Praxisfälle. Du erlebst verschiedene Konfliktsituationen in den Rollen des Mediators, des Beteiligten und des Beobachters.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.

Coaching

online

In diesem Seminar erfährst du die Methoden, die du im Studienheft kennengelernt hast, in praktischen Coachingsituationen. Du erprobst verschiedene Coachingtechniken, um deine psychologischen Handlungskompetenzen zu erweitern.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.

Vorbereitendes Webinar zum Forschungskolloquium

Webinar

In einem vorbereitenden Webinar zum Forschungskolloquium stellst du deine Projektidee und das geplante Projektdesign vor. Du erhältst dazu Feedback sowie wertvolle Tipps zur Weiterarbeit von deinem Dozierenden und lernst zudem die Projektideen und Forschungsansätze deiner Mitstudierenden kennen.

Forschungskolloquium

online

Im Forschungskolloquium stellst du später einen fortgeschrittenen Stand deines individuellen Forschungsprojektes vor. In einem Referat erläuterst du deine Fragestellung, das Untersuchungsdesign sowie die Ergebnisse. Durch die Referate deiner Mitstudierenden erfährst du darüber hinaus auch mehr über deren Projekte und erweiterst deine Kompetenz, Forschungsprozesse und deren Ergebnisse einschätzen zu können.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.

Dein Weg zum Master-Abschluss: mit der für dich passenden Studienvariante

Bei deiner Anmeldung entscheidest du dich, ob du in 18 oder 24 Monaten studieren möchtest. Wenn du beruflich stark eingebunden bist, empfehlen wir dir die längere Regelstudienzeit. Sie bietet dir als Teilzeitvariante mehr Flexibilität und genügend Zeit, um das Studium in deinem eigenen Tempo zu absolvieren. Unsere 18-monatige Variante ist eine Vollzeitoption und damit ideal für alle, die schneller ans Ziel kommen möchten und mehr Zeit fürs Studium haben. Bleib jederzeit flexibel: Du hast die Möglichkeit, auch während deines Studiums einmal die Variante zu wechseln. **Solltest du mehr Zeit benötigen**, ist eine kostenlose Verlängerung um bis zu 50 Prozent möglich.

Monatliche Prüfungstermine für jedes Modul

Mit unserem besonders flexiblen Prüfungssystem kannst du dein Studium von Anfang an perfekt auf deine Bedürfnisse und deine Zeitplanung abstimmen.

Bei uns kannst du bundesweit jede Prüfung monatlich ablegen. Egal, wann du ein Modul abschließen möchtest – innerhalb von vier Wochen steht dir immer eine Prüfungsmöglichkeit wahlweise online oder an einem unserer 10 Prüfungszentren in Deutschland zur Verfügung. So bleibt dein Studium jederzeit flexibel und planbar.

Dein Studienplan für 18 oder 24 Monate Regelstudienzeit

Damit du immer den Überblick behältst, haben wir für beide Studienvarianten einen typischen Studienverlauf vorbereitet. In der 24-Monats-Variante wird dein Studium in 6 Tertiale unterteilt, und du erhältst alle vier Monate ein neues Studienpaket. Entscheidest du dich für die 18-Monats-Variante, bekommst du alle drei Monate – also pro Quartal – neues Material. Dieser Plan ist flexibel und kann jederzeit an deine individuellen Bedürfnisse angepasst werden.



Mit einem Master-Abschluss in Wirtschaftspsychologie verschaffst du dir **vielfältige Karriereperspektiven.**

Der Studienverlauf im Überblick

Die hier gewählte Darstellung stellt lediglich ein Beispiel dar. Der Studienverlauf kann im Rahmen der Studien- und Prüfungsordnung individuell gestaltet werden.

Tertial / Quartal 1 und 2			
Quantitative und qualitative Forschungsmethoden	8 Credits		Hausarbeit
Grundlagen der Psychologie	8 Credits	Online-Seminar	Klausur
Arbeits-, Organisations und Wirtschaftspsychologie 1	8 Credits		Klausur
Psychologische Grundlagen 2	6 Credits		Klausur

Tertial / Quartal 3 und 4			
Wahlpflichtmodul 1	8 Credits		Prüfung je nach Wahl
Psychologische Handlungkompetenz	6 Credits	Online-Seminar	Klausur
Arbeits-, Organisations und Wirtschaftspsychologie 2	6 Credits		Hausarbeit
Forschungsprojekt	8 Credits	Seminar	Hausarbeit
Organisationsberatung (Fortsetzung in Tertial / Quartal 5 und 6)			

Tertial / Quartal 5 und 6		
Organisationsberatung (Fortsetzung von Tertial / Quartal 3 und 4)	8 Credits	Projektarbeit
Wahlpflichtmodul 2	8 Credits	Prüfung je nach Wahl
Master-Thesis	16 Credits	Thesis

Master-Abschluss „Wirtschaftspsychologie (M.Sc.)“ – 90 Credits