

Gestalte die Arbeitswelt von morgen – als Wirtschaftspsycholog/in

Wirtschaftspsychologie (M.A.)

(mit psychologischem Vorwissen)

4 Wochen kostenlos testen!

Das 21. Jahrhundert steht im Zeichen des Wandels – Globalisierung, Digitalisierung, künstliche Intelligenz und Automatisierung führen überall zu veränderten Prozessen und Strukturen. Auch die Arbeitswelt ändert sich rasant, sodass neue Kompetenzprofile sowie moderne Formen der Zusammenarbeit und der Organisationsgestaltung gefragt sind.

Um Mitarbeitende bei Wandlungsprozessen ganzheitlich mitzunehmen und organisationsbezogene Rahmenbedingungen menschengerecht und produktiv zu gestalten, ist wirtschaftspsychologisches Know-how unerlässlich. In diesem Studiengang baust du dein vorhandenes psychologisches Fachwissen gezielt aus und verknüpfst es mit wirtschaftlichen Fragestellungen.

Verantworte als Wirtschaftspsycholog/in wichtige Schlüsselfunktionen

Wirtschaftspsycholog/innen übernehmen heute eine zentrale Rolle bei Personal- und Führungsthemen und gestalten zunehmend die Zusammenarbeit zwischen Mensch und Technologie. In diesem Studiengang lernst du, Interaktion und Kommunikation in Arbeit, Beruf und Organisationen professionell zu gestalten, um Menschen und Unternehmen in ihrem beruflichen Umfeld bestmöglich zu unterstützen.

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

Keyfacts

- Akkreditierter Studiengang
- Master of Arts (M.A.), 90 Credits
- Qualifikation zum/zur Wirtschaftspsycholog/in
- Studiendauer 18 oder 24 Monate
- Voraussetzungen: Erststudium & i. d. R. 1 Jahr Berufserfahrung. Details unter: **euro-fh.de/ma/wirtschaftspsychologie-psychologen**
- 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

„Das Studium ergänzt deine heutige psychologische Qualifikation um fundiertes wirtschaftspsychologisches Fachwissen, das dein berufliches Handeln enorm bereichert."

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

Psychologisches Know-how kombiniert mit praxisorientiertem Businesswissen

In deinem Master-Studium machst du dich mit den fachlichen, ethischen und rechtlichen Grundlagen wirtschaftspsychologischen Handelns vertraut und setzt dich mit der Prozessgestaltung in Organisationen sowie relevanten unternehmerischen Entscheidungsprozessen auseinander.

Eine empathische, zielführende und klare Interaktion sowie Kommunikation ist eine weitere wichtige wirtschaftspsychologische Schlüsselkompetenz.

Wirtschaftspsychologische Methodenkompetenzen, Konzepte und Strategien

Im Verlauf deines Studiums entwickelst du praxisrelevante Methodenkompetenzen in der angewandten Personalforschung, der Evaluation und der Diagnostik. Gleichzeitig lernst du, wirtschaftspsychologisch fundierte Konzepte und Strategien unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen in der Arbeitswelt zu entwerfen und umzusetzen.

Nach deinem Master-Abschluss unterstützt du als gut ausgebildetes Multitalent mit psychologischem und betriebswirtschaftlichem Background Unternehmen, Organisationen, Mitarbeitende und Kund/innen dabei, erfolgreich in die Zukunft zu starten. Zugleich förderst du einen professionellen Austausch und eine reibungslose Zusammenarbeit aller Beteiligten im Projektmanagement.

Spezialisiere dich für zukunftsrelevante Tätigkeitsfelder in der Wirtschaftspsychologie

Ein umfangreicher Wahlbereich ist das Herzstück des Studiengangs: Setze in deinem Studium einen individuellen Fokus und wähle drei topaktuelle Bereiche der Angewandten Wirtschaftspsychologie, die auf zukunftsrelevante Berufsfelder von Wirtschaftspsycholog/innen ausgerichtet sind. Hierzu zählen:

- **Führung**
- **Personalentwicklung**
- **Recruiting & Eignungsdiagnostik**
- **Gesundheitsmanagement**
- **Konsumentenpsychologie & Werbewirkung**
- **User Experience & Consumer Research**
- **Mensch-Maschine-Interaktion**
- **Organizational Sustainability**
- **International Management**
- **Wirtschaftspsychologisches Krisenmanagement**



Hervorragende Zukunftsperspektiven als Wirtschaftspsycholog/in

Dich erwarten nach deinem Abschluss äußerst vielfältige berufliche Perspektiven.
Breit aufgestellt kannst du in verschiedenen wirtschaftspsychologischen Tätigkeitsfeldern tätig werden:

» Personal- und Führungskräfteentwicklung, Coaching
» Organisationsberatung und -entwicklung, Change Management, Consulting
» Personalmarketing & Recruiting
» Betriebliches Gesundheitsmanagement
» Konsument/innen-, Markt- & Werbepsychologie, Marktforschung
» Human Factors: Gestaltung der Schnittstelle und Interaktion von Mensch & Maschine/ Algorithmus



Deine Studieninhalte

	Module	Credits
Basiswissen	Grundlagen wirtschaftspsychologischen Handelns	10
	Business Process Management	6
	Management Decision Making	8
Schlüsselkompetenzen	Organisationsberatung	8
	Kommunikations- und Verhandlungstechniken	6
Methodenkompetenzen	Methoden der angewandten Personalforschung	6
	Evaluation und angewandte Diagnostik	6
Spezialisierung Angewandte Wirtschaftspsychologie [Wahl 3 aus 10]	Wahlmodul 1	8
	Wahlmodul 2	8
	Wahlmodul 3	8
	Master-Thesis	16

Master-Studium speziell für Psycholog/innen

Dieser Master-Studiengang ist perfekt für Berufstätige mit einem Bachelor mit psychologischem Schwerpunkt. Das Studium baut auf deinem vorhandenen Wissen auf und vertieft es gezielt in Themen, die die Schnittstelle von Psychologie und Wirtschaft betreffen. Für alle anderen empfehlen wir unseren Master Wirtschaftspsychologie ohne psychologische Vorkenntnisse.

Zulassungsvoraussetzungen

1. Zugangswege

1. a. Zugang mit 180 Credits aus dem Erststudium

Mit einem abgeschlossenen, grundständigen Studium an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule und mit mindestens 180 Credits sowie nachgewiesenen Psychologiekenntnissen im Umfang von mindestens 40 ECTS, darunter Grundlagen der Psychologie, Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie sowie Psychologische Forschungsmethoden, 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 und mindestens 210 Credits sowie nachgewiesenen Psychologiekenntnissen im Umfang von mindestens 40 ECTS, darunter Grundlagen der Psychologie, Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie sowie Psychologische Forschungsmethoden, 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, die über ein abgeschlossenes, grundständiges Studium oder einen Master-Abschluss ohne die geforderten Psychologiekenntnisse verfügen, 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 die Studiengangsleitung.

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 Arts (M.A.) – 90 Credits

Master-Thesis	16 Credits

Spezialisierung [Wahl 3 aus 10]

User Experience und Consumer Research	8 Credits	Organizational Sustainability	8 Credits
Führung	8 Credits	Personalentwicklung	8 Credits
Konsumentenpsychologie und Werbewirkung	8 Credits	Recruiting und Eignungsdiagnostik	8 Credits
International Management	8 Credits	Gesundheitsmanagement	8 Credits
Wirtschaftspsychologisches Krisenmanagement	8 Credits	Mensch-Maschine-Interaktion	8 Credits

Methodenkompetenzen

Evaluation und angewandte Diagnostik	6 Credits	Methoden der angewandten Personalforschung	6 Credits

Schlüsselkompetenzen

Organisationsberatung	8 Credits	Kommunikations- und Verhandlungstechniken	6 Credits

Basiswissen

Business Process Management	6 Credits	Grundlagen wirtschaftspsychologischen Handelns	10 Credits
Management Decision Making	8 Credits		

Module, Studieneinheiten und Inhalte

1. Grundlagen wirtschaftspsychologischen Handelns

Kontexte und Themenfelder der Wirtschaftspsychologie 5 Credits

• Wirtschaftspsychologische Fundamente, Handlungsfelder und Bezugsdisziplinen • Digitale, strukturelle und wertebezogene Transformation der Arbeitswelt • Implikationen der neuen Arbeitswelt aus wirtschaftspsychologischer Perspektive

Ethische und rechtliche Grundlagen wirtschaftspsychologischen Handelns 3 Credits

• Individualarbeitsrecht • Betriebsverfassungsgesetz • Ethikrichtlinien und -kodizes für (Wirtschafts-)Psychologinnen und -Psychologen

Einführungsseminar Wirtschaftspsychologie M.A. 2 Credits

• Einführung in das (Fern-)Studium • Zugrundliegende Disziplinen und Konzepte: Wirtschaft – Psychologie – Recht – Ethik • Trends und Entwicklungen in der Wirtschaftspsychologie • Wirtschaftspsychologische Kompetenzen und Berufsfelder – Selbstreflexion, Standortbestimmung und Orientierung

2. Business Process Management

Geschäftsprozessmanagement und -modellierung 3 Credits

• Identifikation, Gestaltung und Steuerung von Geschäftsprozessen in Unternehmen • Geschäftsprozessmodellierung • Konzepte des Reengineering • Vorgehensweise beim Prozessmanagement und Ansätze zur Verbesserung von Prozessen • Modellierungsnotationen und -methoden zur Prozessanalyse und -modellierung

Kreativitätsorientierte Prozessoptimierung 3 Credits

• Prozessverbesserung als Kommunikationsprozess • Kreativitätsorientierte Prozessverbesserung • Kreativitätsorientierte Prozessanalyse, -modellierung und -optimierung in der Praxis

3. 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 • Nachhaltige Gestaltung von Organisationen

4. Methoden der angewandten Personalforschung

Wissenschaftliches Arbeiten 2 Credits

• Qualitative und quantitative Forschungsansätze und -methoden • Grundlagen der Datenerhebung, -aufbereitung und -analyse

Personalforschungsmethoden 2 Credits

• Ansätze und Methoden der primären und sekundären Personalforschung • Verfahren der strategischen Qualifikations- und Eignungsforschung

Personalforschung in der betrieblichen Praxis 2 Credits

• Umfeld-/Arbeitsmarktanalyse (Fachkräfte-Check) • Mitarbeiterbefragung • Evaluation von Bildungs- und Trainingsmaßnahmen

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. Kommunikations- und Verhandlungstechniken

Kommunikation gestalten 2 Credits

• Kommunikation – Grundlagen, Modelle, Stile und Störungen • Anlässe, Rahmenbedingungen und Methoden der Moderation

Verhandeln und Überzeugen 2 Credits

• Verhandlungsvorbereitung und -ablauf • Verhandlungstaktiken • Umgang mit herausfordernden Verhandlungssituationen

Kommunizieren, Netzwerken und Verhandeln (Seminar) 2 Credits

• Reflexion der eigenen Rolle und Haltung sowie des eigenen Kommunikations- und Interaktionsverhaltens in beruflichen Situationen • Netzwerken als Instrument und Kompetenz • Entwicklung und Erprobung von Kommunikationsstrategien und -techniken

7. bis 9. Spezialisierung
[Wahl 3 aus 10]

Spezialisiere dich in Trendthemen der Wirtschaftspsychologie

„Ein umfangreicher Wahlbereich ist das Herzstück des Studiengangs: Setze in deinem Studium einen ganz individuellen Fokus und wähle drei topaktuelle Bereiche der Angewandten Wirtschaftspsychologie, welche vor allem auf neuartige Berufsfelder von Wirtschaftspsycholog/innen ausgerichtet sind."



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] International Management

International Management 6 Credits

• Grundlagen und Theorien der internationalen Unternehmertätigkeit • Organisationstheoretische Perspektiven in internationalen Unternehmen • Interkulturelle Teams • Internationales Dienstleistungsmanagement

Internationale Personalführung 2 Credits

• Theorien, Grundlagen und Strategien des internationalen Personalmanagements • Prozess des internationalen Personalmanagements • Motivation und Vergütung • Personalmanagement in unterschiedlichen Kulturbereichen

[4] Konsumentenpsychologie und Werbewirkung

Konsumentenpsychologie und Werbewirkung 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] 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

[6] Organizational Sustainability

Organizational Sustainability 4 Credits

• Working definitions of organizations • Glocality and its effects, challenges, and opportunities • Models of leadership – traditional, modern, and post-modern • Integration of models into workable solutions • Habitus, capital, and social field • Applying leadership in organizations • Social responsibility, ethical codes and principles • SMART goals • Triple bottom line principles: ecological, economic, and social • Transparency and reporting • Conflicted compliance to codices • Auditing sustainability • Creating a culture of sustainability in an organization

Business Ethics 4 Credits

• Introduction to ethics • Development of ethics as a philosophical discipline • Modern business ethics and value management • Global Compact • Corporate Governance Codex • Corporate Citizenship • Structure and culture of organizations • Compliance, value codex, internal and external controls • Reader with original texts and articles on the topic of business ethics and value management

[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

10. Evaluation und Angewandte Diagnostik

Grundlagen der Evaluation 4 Credits

• Evaluation als Instrument der Qualitätssicherung • Anwendungsbereiche von Evaluation und Evaluationsmodelle • Evaluationsziele, Bewertungskriterien und Wirkungsebenen • Ansätze, Formen und inhaltliche Schwerpunkte von Evaluation • Evaluationsinstrumente • Der Evaluator / die Evaluatoren • Qualitätskriterien guter Evaluation • Probleme der Evaluation

Angewandte Diagnostik 2 Credits

• Diagnose von Gruppenleistungen, Führungsstile, Teamklima, Organisationsklima • Organisationsdiagnose • Methode und Grenzen der Team- und Organisationsdiagnostik

11. Master-Thesis

Master-Thesis 16 Credits

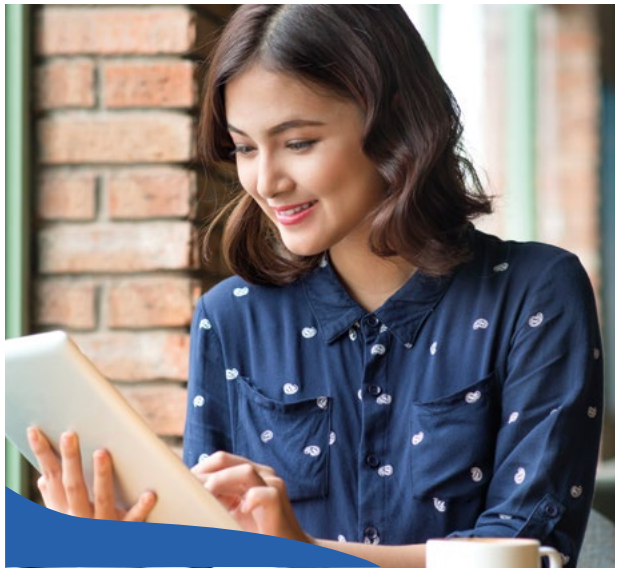
• Die Master-Thesis stellt den Abschluss deines Studiums dar. Hier sollst du zeigen, dass du in der Lage bist, ein Problem aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie selbstständig und wissenschaftlich fundiert, unter Anwendung deiner Fach- und Methodenkenntnisse, zu bearbeiten und Handlungsempfehlungen für dein Fachgebiet herauszuarbeiten.



Ein Master-Abschluss in Wirtschaftspsychologie **bietet zahlreiche Einsatzmöglichkeiten.**

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.



Praxisnahe Vertiefung und persönliche Weiterentwicklung

Du absolvierst in deinem Studium zwei Kompaktseminare, die online stattfinden. Weitere Detailangaben zu Durchführungsform und Dauer findest du bei der jeweiligen Seminarbeschreibung auf dieser Seite.

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

Einführung in das Studium und in die Wirtschaftspsychologie

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 Wirtschaftspsychologie kennen. Du setzt dich mit wirtschaftspsychologischen Trends, Kompetenzen und Berufsfeldern auseinander, reflektierst deine Interessen und mögliche Schwerpunktsetzungen.

Dieses zweitägige Seminar findet online statt.

Kommunizieren, Netzwerken & Verhandeln

online

Im Rahmen dieses Seminars reflektierst du deine Rolle sowie deine innere Haltung in Gesprächssituationen, entwickelst kommunikative Strategien und erprobst Gesprächs- und Verhandlungsführungstechniken in Rollenspielen und Fallszenarien. Als verbindendes Element wird dabei das Networking und dessen Bedeutung für den beruflichen Erfolg in den Fokus gestellt.

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.



Qualifiziere dich jetzt neben dem Beruf **zum/r Wirtschaftspsycholog/in.**

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			
Grundlagen wirtschaftspsychologischen Handelns	10 Credits	Seminar	Klausur
Business Process Management	6 Credits		Projektarbeit
Organisationsberatung	8 Credits		Projektarbeit
Methoden der angewandten Personalforschung	6 Credits		Klausur

Tertial / Quartal 3 und 4			
Management Decision Making	8 Credits		Projektarbeit
Kommunikations- und Verhandlungstechniken	6 Credits	Seminar	Prüfungsaufgabe
Wahlpflichtmodul 1	8 Credits		Prüfung je nach Wahl
Evaluation und angewandte Diagnostik	6 Credits		Hausarbeit
Wahlpflichtmodul 2 (Fortsetzung in Tertial / Quartal 5 und 6)			

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

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