



Studiengangsbeschreibung für den
Interdisziplinären Master „Business and Psychology“ (M.Sc.)
an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

Inhalt

A. Allgemeine Struktur des Studiengangs.....	2
B. Beschreibung des Studiengangs	4
1. Der Studiengang in 3 Sätzen	4
2. Zielgruppe	4
C. Studiengangskonzept.....	5
1. Struktur des Studiengangs	5
1.1. Zugangs-/Zulassungsvoraussetzungen	5
1.2. Qualifikationsziele.....	5
1.3. Aufbauende Qualifizierungsmöglichkeiten	5
1.4. Arbeitsmarktsituation und Berufsfelder	5
2. Aufbau des Studiengangs.....	6
2.1. Grundsätzlicher Aufbau des Studiengangs	6
2.2. Pflichtbereich.....	6
2.3. Wahlpflichtbereich.....	7
2.4. Wahlbereich.....	8
2.5. Studium.Pro.....	8
2.6. Praxisbezug	8
2.7. Ausgestaltung der Internationalisierung.....	9
D. Beitrag des Studiengangs zum KU-Profil	9
Anlage:.....	10
Idealtypischer Studienverlaufsplan	10
Diploma Supplement (englisch, deutsch).....	10
Supplement zur Studiengangsbeschreibung	10



A. Allgemeine Struktur des Studiengangs

Der Name des Studiengangs lautet

Interdisziplinärer Master „Business and Psychology“

Verantwortliche Fakultät:

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Beteiligte Fakultät/en:

Philosophisch-Pädagogische Fakultät

Der Studiengang führt zur Verleihung des akademischen Grades:

Master of Science, M. Sc.

Studienform:

- Vollzeitstudiengang
- Teilzeitstudiengang
- Voll- und Teilzeitstudiengang
- Duales Studium
- Fernstudium

Art des Studiengangs:

- grundständig
- konsekutiv
- weiterbildend

(gilt nur für Masterstudiengänge):

- anwendungs- und forschungsorientiert
- forschungsorientiert

Regelstudienzeit:

4 Semester (Vollzeit)



Studienbeginn:

- Sommersemester
- Wintersemester
- Jedes Semester

Anzahl der zu vergebenden ECTS-Leistungspunkte:

120 ECTS-Leistungspunkte

Studiengebühren:

- Nein
- Ja, € pro Semester



B. Beschreibung des Studiengangs

1. Der Studiengang in 3 Sätzen

Der Masterstudiengang „Business and Psychology“ vermittelt die methodischen Grundlagen zur Analyse und kritischen Bewertung von Problemstellungen in den Bereichen Führung, Management und organisatorisches Verhalten. Das Programm beleuchtet sowohl eine organisations- und unternehmensinterne Perspektive, die einen Schwerpunkt auf Führung, insbes. Mitarbeiterführung, und Management innerhalb von Organisationen legt, als auch eine organisationsübergreifende Perspektive, die das Verhalten auf Märkten beschreibt.

2. Zielgruppe

Der Masterstudiengang richtet sich an deutschsprachige und internationale Studieninteressierte mit einem Bachelorabschluss in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre oder Psychologie.



C. Studiengangskonzept

1. Struktur des Studiengangs

1.1. Zugangs-/Zulassungsvoraussetzungen

Die Studierenden müssen einen unter B.2. genannten oder einen vergleichbaren Bachelorabschluss als ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss erworben haben. Darüber hinaus müssen sie jeweils Kompetenzen im Bereich von Mathematik/Statistik (Umfang von 10 ECTS-Punkten), allgemeine BWL und Psychologie (Umfang von jeweils 5 ECTS-Punkten) nachweisen. Fehlen diese spezifischen Kompetenzen, so kann der Prüfungsausschuss entsprechende Auflagen im Umfang von Kompetenzen bis zu 10 ECTS-Punkten formulieren.

Darüber hinaus sind Sprachnachweise in Deutsch (A2-Niveau) und Englisch (B2-Niveau) zu erbringen.

1.2. Qualifikationsziele

Die Ziele des Studiengangs umfassen Forschung und Lehre an der Schnittstelle von Wirtschaft und Psychologie, einen internationalen Austausch, die Vernetzung der Studierenden und Dozierenden sowie das Erlernen der Fähigkeit, erworbenes interdisziplinäres Wissen auf den Kontext von Organisationen anzuwenden. Der Studiengang ist so konzipiert, dass die Studierenden die Möglichkeit haben, Kompetenzen zu fünf Kernbereichen zu erwerben: Kompetenzen im Bereich (1) von Personalwirtschaft und Personalpsychologie, (2) des Verhaltens in Organisationen, (3) von Markt und Wettbewerb, (4) von ökonomischen Prozessen und Verhalten sowie (5) methodische Kompetenzen. Absolventinnen und Absolventen werden somit durch den Masterstudiengang dazu qualifiziert, in der Organisations- und Unternehmenspraxis auftretende Probleme zu erkennen und zu lösen. Die Mehrzahl der Absolvierenden wird ihre Fähigkeiten und ihr Wissen im Organisationskontext einbringen. Sie werden dazu ausgebildet, Führungspositionen als leitende Angestellte, Personalverantwortliche, Marketing- und Produktmanagerinnen und -manager sowie als Beraterinnen und Berater verantwortungsvoll zu bekleiden. Sie sind damit bestens dafür geeignet, Positionen zu übernehmen, die eine Kombination von Wissen und Fähigkeiten aus den Wirtschaftswissenschaften und der Psychologie erfordern.

1.3. Aufbauende Qualifizierungsmöglichkeiten

Studierende, die an einer akademischen Laufbahn interessiert sind, werden im Masterstudiengang hervorragend darauf vorbereitet, ihr erworbenes Wissen und ihre Kompetenzen für eine Karriere im Forschungsbereich einzusetzen und eine Promotion beispielsweise an der KU anzustreben. Darauf sind Lehrveranstaltungen im dritten und vierten Semester des Masterstudiengangs gezielt ausgerichtet, wie etwa das interdisziplinäre Forschungsseminar, das über beide Semester verläuft.

1.4. Arbeitsmarktsituation und Berufsfelder

Die Arbeitswelt und die Arbeitsweisen in Organisationen unterliegen einem stetigen Wandel, hervorgerufen durch neue Technologien, steigendem Wettbewerb infolge der Globalisierung und sich stetig verändernder Organisationen. Für Führungskräfte bzw. Personen mit hoher Verantwortung in Organisationen bedeutet dies, dass auch die Komplexität ihrer Aufgaben zunehmend steigt. Zur verantwortungsvollen Erfüllung dieser Aufgaben ist multi- und interdisziplinä-



näres Wissen notwendig, das sowohl ökonomische als auch psychologische Kenntnisse umfasst. Auf diese Aufgabenfelder und Herausforderungen der Praxis bereitet der Masterstudiengang sehr gezielt durch seine interdisziplinäre Ausrichtung vor. Durch die englischsprachige Studierbarkeit, das weitere deutschsprachige Lehrangebot und eine interdisziplinäre Studierendenschaft sind dabei die zukünftigen Arbeitsfelder nicht auf den deutschen Sprachraum beschränkt, sondern umfassen auch Tätigkeiten in internationalen Organisationen und Unternehmen.

2. Aufbau des Studiengangs

2.1. Grundsätzlicher Aufbau des Studiengangs

Im Studiengang werden Module aus den fünf Themenbereichen „Human Resource Management and Personnel Psychology“ / „Personalwirtschaft und Personalpsychologie“, „Behavior in Organizations“ / „Verhalten in Organisationen“, „Market and Competition“ / „Markt und Wettbewerb“, „Behavioral Economics“ / „Ökonomische Prozesse und Verhalten“ sowie „Methodological Foundation“ / „Methodische Grundlagen“ angeboten. Diese Themenbereiche sind nicht als verpflichtende, sondern als individuelle Schwerpunktsetzungen zu verstehen und ermöglichen den Studierenden somit eine große Wahlmöglichkeit. Der Studiengang umfasst Pflichtmodule, Wahlpflichtmodule und Wahlmodule. Darüber hinaus wird ein interdisziplinäres Forschungsseminar im angeboten, das einen starken Bezug zur Masterarbeit hat.. Der Studiengang entspricht damit trotz seiner Komplexität weitgehend den bisher üblichen Strukturen von Masterstudiengängen an der WFI. Die Verteilung auf deutsch- und englischsprachige Module ist so ausgelegt, dass sämtliche Pflichtkurse auf Englisch gehalten werden und im Wahlpflicht- und Wahlbereich für sowohl deutsch- als auch englischsprachige Studierende ausreichend Wahlmöglichkeiten bestehen.

2.2. Pflichtbereich

Die Pflichtmodule umfassen fünf Module, die einen Umfang von 25 ECTS haben. Diese sollten gem. idealtypischem Studienverlaufsplan gleich zu Beginn des Studiums belegt werden, um eine gemeinsame inhaltliche Grundlage in allen fünf thematischen Säulen zu schaffen. Darüber hinaus ist ein zusätzliches verpflichtendes interdisziplinäres Forschungsseminar im Umfang von 10 ECTS vorgesehen. Es findet zweisemestrig im dritten und vierten Semester statt und wird von allen Professuren, die mit Pflichtkursen im Studiengang vertreten sind, angeboten. Bei inhaltlicher Nähe kann das Seminar auch von mehreren Professuren gemeinsam durchgeführt werden. Es hat einen starken Bezug zur Masterarbeit, die mit weiteren 30 ECTS eingerechnet wird.

Konkret besteht der Pflichtbereich aus den folgenden Modulen:

1. Business and Psychology: Joint Seminar with Tandem Projects (5 ECTS-Punkte) im Rahmen von Studium.Pro: Pro Diskurs
2. Consumer Psychology and Decision Making (5 ECTS-Punkte)
3. Empirical Research in Business and Psychology (10 ECTS-Punkte)
4. Psychology of Social and Economic Processes (5 ECTS-Punkte)
5. Strategic Human Resource Management (5 ECTS-Punkte)



6. Work & Health – Basics (5 ECTS-Punkte)

2.3. Wahlpflichtbereich

Der Wahlpflichtbereich zielt auf eine möglichst flexible Schwerpunktsetzung ab. Die Wahlpflichtmodule müssen jedoch beide Fachdisziplinen Wirtschaft und Psychologie abdecken. Dies entspricht bei der jetzigen Modulstruktur der Wahl von sieben Wahlpflichtmodulen. Diese werden im Studiengang vorwiegend im zweiten Semester angeboten, um den Studierenden, die ein Semester im Ausland studieren wollen, ein solches Auslandssemester im dritten Semester zu erleichtern.

Konkret besteht der Wahlpflichtbereich aus den folgenden Modulen:

Wirtschaftswissenschaften:

1. Advanced Topics in Consumer Psychology for a Better World (10 ECTS-Punkte)
2. Behavioral and Experimental Economics (5 ECTS-Punkte)
3. Change Management (5 ECTS-Punkte)
4. Consumer Psychology for a Better World (WFI Summer School) (2,5 ECTS)
5. Cross-Cultural Management (5 ECTS-Punkte)
6. Economics of Consumption: Theory and Experimental Evidence (5 ECTS-Punkte)
7. Ethik der Digitalisierung (5 ECTS-Punkte)
8. Innovation and Creativity for Individuals, Teams, and Organizations (5 ECTS-Punkte)
9. People Analytics (5 ECTS-Punkte)
10. Service Management (5 ECTS-Punkte)
11. Quasi-experimental Policy Evaluation (5 ECTS-Punkte)

Psychologie:

12. Coaching, Mediation und Umgang mit Diversität (5 ECTS-Punkte)
11. Fundamentals Psychological Assessment (Test Theory and Test Construction) (5 ECTS-Punkte)
12. Migration, Interculturality and Occupation (5 ECTS-Punkte)
13. Psychologie der Führung und Motivierung (5 ECTS-Punkte)
14. Psychologie des Arbeits- und Freiwilligenengagements (5 ECTS-Punkte)
15. Psychology of responsibility, justice and values (5 ECTS-Punkte)



16. Work & Health – Methods (5 ECTS-Punkte)

2.4. Wahlbereich

Es müssen Wahlmodule im Umfang von 20 ECTS-Punkten absolviert werden. Spezifische Wahlmodule können ausschließlich für den Studiengang angeboten werden. Grundsätzlich können Wahlpflichtmodule auch als Wahlmodule absolviert werden, aber nicht umgekehrt. Auch hier ist es das Ziel, den deutschsprachigen und internationalen Studierenden aus einem möglichst breiten Angebot wählen zu lassen.

Konkret besteht der Wahlbereich aus den folgenden Modulen:

1. Arbeitsrecht (5 ECTS-Punkte)
2. Behavioral Finance (5 ECTS-Punkte)
3. Forschungsmethoden in der Psychologie (5 ECTS-Punkte)
4. From Idea to Commercialization: A Complete Blueprint for Innovators and Entrepreneurs (10 ECTS-Punkte)
5. Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre I (5 ECTS-Punkte)
6. Konsumentenverhalten und Marktforschung (5 ECTS-Punkte)
7. Learning Agility (5 ECTS-Punkte)
8. Management Control Systems (5 ECTS-Punkte)
9. Project in Service and Innovation Management (5 ECTS-Punkte)
10. Projektstudium Management & Führung (5 ECTS-Punkte)
11. Qualitative Methods (5 ECTS-Punkte)
12. Return on Service Management (5 ECTS-Punkte)

Darüber hinaus können die Module der jährlichen WFI Summer School als Wahlmodule anerkannt werden, sofern sie nicht bereits in den Wahlpflichtbereich eingehen.

2.5. Studium.Pro

Das englischsprachige interdisziplinäre Pflichtmodul „Business and Psychology: Joint Seminar with Tandem Projects“ im ersten Semester ist ein Modul im Sinne von Studium.Pro: Pro Diskurs. Damit ist das Angebot fachintegriert.

2.6. Praxisbezug

Das Studium ist sowohl anwendungs- als auch forschungsorientiert. Der für die Anwendungsorientierung notwendige Theorie-Praxis-Transfer wird bereits im ersten Semester durch das Seminar mit den Tandem-Projekten hergestellt. Dadurch wird gleich zu Beginn des Studiums



deutlich, wie relevant das im Master erworbene Wissen für die spätere Berufspraxis einer Führungsperson bzw. einer Person mit großer Verantwortung in einer Organisation ist. Außerdem ist die Ausrichtung auf diese Berufspraxis in den Pflicht- und Wahlpflichtmodulen mitgedacht bzw. in allen Pflichtmodulen expliziert. Darüber hinaus wird der Praxisbezug durch die nachfolgend beschriebene Internationalisierung befördert.

2.7. Ausgestaltung der Internationalisierung

Der zweisprachige Studiengang richtet sich an deutsche und internationale Studierende. Die Kurse werden, wie beschrieben, auf Englisch oder Deutsch gelehrt. Pflichtveranstaltungen werden ausschließlich auf Englisch angeboten. In jedem Fall profitieren alle Studierenden von der internationalen Ausrichtung der Gruppe der Studierenden und Dozierenden. Zugleich führt das Arbeiten in internationalen Gruppen die Studierenden bereits während ihres Studiums optimal an das Thema der Diversität am zukünftigen Arbeitsplatz heran. Der Masterstudiengang bereitet damit zukünftige Führungskräfte in idealer Weise auf die Herausforderungen des Berufslebens vor. Darüber hinaus ist auch ein Auslandssemester möglich. Insgesamt setzt der Studiengang Kooperationen mit ausländischen Universitäten voraus – auch, um Studierende dieser Universitäten für diesen Studiengang zu gewinnen („incoming students“). Viele Kooperationen mit ausländischen Universitäten bestehen bereits; weitere werden gerade gezielt mit jenen Universitäten aufgebaut, bei denen sowohl eine wirtschaftswissenschaftliche als auch psychologische universitäre Ausbildung besteht.

D. Beitrag des Studiengangs zum KU-Profil

Dem spezifischen Profil der KU wird auf inhaltlicher Ebene Rechnung getragen, indem der Master die gesellschaftliche Verantwortung von Führungskräften aufgreift, reflektiert und dieser Verantwortung durch einen multi- und interdisziplinären Ansatz begegnet. Darüber hinaus werden die bereits existierenden Kooperationen zwischen den Wirtschaftswissenschaften und der Psychologie auf eine Weise vertieft, die zwar vielfach gefordert, bislang aber unseres Wissens an keiner Universität in Form eines gemeinsamen Studiengangs realisiert werden konnte. Auch diese Form von Kooperation und die damit verbundene Bereitschaft, sich auf andere Fächerkulturen einzulassen, ist u.E. ein Beitrag, um das Profil der KU in positiver Weise fortzuentwickeln.



Anlage:

Idealtypischer Studienverlaufsplan

Diploma Supplement (englisch, deutsch)

Supplement zur Studiengangsbeschreibung