

§ 49 Studiengang Wirtschaftspsychologie

(1) **Übersicht Studienverlauf:**

Das Studium umfasst sieben Semester und ist in zwei Studienabschnitte gegliedert. Der Gesamtaufwand der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Module beträgt 210 Credits.

Die Studiensemester eins und zwei (erster Studienabschnitt) umfassen eine Leistung von 62 Credits. Zu den Studiensemestern drei bis sieben (zweiter Studienabschnitt) gehören Fächer und Prüfungen im Umfang von 118 Credits sowie das Betriebspraktische Studiensemester von 30 Credits (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Gesamtübersicht der Module und Modulgewichtungen des Studiengangs Wirtschaftspsychologie

Module des Bachelorstudiums und Abschlussarbeit		Gewicht (Credits)
Module des ersten Studienabschnitts		
WP-01	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	5
WP-02	Privatrecht	5
WP-03	Allgemeine Psychologie	5
WP-04	Sozialpsychologie	5
WP-05	Wirtschaftsmathematik	5
WP-06	Methoden und Sozialkompetenz	6
WP-07	Rechnungswesen	5
WP-08	Volkswirtschaftslehre	5
WP-09	Wirtschaftspsychologie 1	8
WP-10	Statistik	5
WP-11	Management und Innovation	8
Summe Credits erster Studienabschnitt		62
Module des zweiten Studienabschnitts		
WP-12	Marketing 1	5
WP-13	Investition und Finanzierung	5
WP-14	Markt- und Werbepsychologie	5
WP-15	Wirtschaftspsychologie 2	5
WP-16	Psychologie und Ethik	5
WP-17	Empirische Sozialforschung	6
WP-18	Personalmanagement und Organisation	5
WP-19	Strategische Unternehmensführung	5
WP-20	Wirtschaftsrecht	5
WP-21	Wirtschaftspsychologie 3	6
WP-22	Digital Work	9
WP-24	International Business Project	5
WP-25	Wirtschaftspsychologisches Projekt	5
WP-26 oder WP-29	Studienrichtung Digital Economy & HR-Management (HR 1) oder Studienrichtung Marketing & Marketing Research (MR 1)	9
WP-27 oder WP-30	Studienrichtung Digital Economy & HR-Management (HR 2) oder Studienrichtung Marketing & Marketing Research (MR 2)	6
WP-28	Studienrichtung Digital Economy & HR-Management (HR 3)	5

Module des Bachelorstudiums und Abschlussarbeit		Gewicht (Credits)
oder WP-31	oder Studienrichtung Marketing & Marketing Research (MR 3)	
WP-32	Wahlpflichtfächer	12
WP-33	Bachelor-Thesis (Abschlussarbeit und Kolloquium)	15
Summe Credits zweiter Studienabschnitt		118
Summe Credits für die Gesamtnote (1. und 2. Studienabschnitt, Thesis)		180
WP-23	Betriebspraktisches Studiensemester	30
Summe Credits für das Bachelorstudium		210

(2) **Reihenfolge und Semesterzuordnung von Lehrveranstaltungen/Prüfungsleistungen:**
 Die in den Tabellen 2, 3 und 4 gezeigte Reihenfolge und Semesterzuordnung der Pflichtbestandteile des Studiums stellt eine empfohlene Reihenfolge dar, die sich auf den sich aufbauenden Inhalt und die Anforderungen bezieht.

(3) **Prüfungsleistungen:**
 Prüfungsleistungen können grundsätzlich nur bei Dozenten abgeleistet werden, die im Studiengang Wirtschaftspsychologie die zugehörige Veranstaltung in dem Semester anbieten, in welchem die Prüfungsleistung abgelegt wird.

Zeitpunkt der Prüfungsleistung:

Abweichend von § 8 Absatz 2 kann mit Zustimmung des Prüfungsausschussvorsitzenden die Prüfungsleistung zu einem anderen Zeitpunkt erbracht werden, wenn die Lehrveranstaltungen im Block angeboten werden.

Für Hausarbeiten, Referate und Projektarbeiten sind die von den Dozenten individuell genannten Abgabetermine maßgebend. Eine Nichteinhaltung dieser Termine führt zu einem Nichtbestehen der entsprechenden Leistung bzw. Teilleistung.

Prüfungsleistungen mit mehreren Teilleistungen:

Besteht eine Prüfungsleistung aus mehreren Teilleistungen, müssen die Teilprüfungsleistungen im gleichen Semester erbracht werden. Die bestandenen Teilprüfungsleistungen ergeben eine gemeinsame Note. Die Festlegung der Gesamtnote erfolgt durch den Modulverantwortlichen entsprechend den Gewichtungen der Teilprüfungsleistungen. Wird eine Teilprüfungsleistung nicht bestanden, muss nur diese Teilprüfungsleistung wiederholt werden. Einzelne bestandene Teilprüfungsleistungen können zwecks Leistungsverbesserung nicht wiederholt werden.

Bestehen der Prüfungsleistungen sowie der Module:

Sämtliche Module (des ersten und zweiten Studienabschnitts) sind nur bestanden, wenn jede einzelne Prüfungsleistung und jede einzelne Teilprüfungsleistung bestanden ist.

(4) **Englischsprachige Lehrveranstaltungen**
 Im Bachelor-Studiengang Wirtschaftspsychologie können Lehrveranstaltungen und Prüfungsleistungen in englischer Sprache ergänzend oder fakultativ (Wahlfachbereich) durchgeführt werden. Die Liste der englischsprachigen Lehrveranstaltungen wird jeweils vor Semesterbeginn veröffentlicht und gilt für das laufende Semester.

- (5) **Pflichtmodule des ersten Studienabschnitts (1. und 2. Semester):**
 Der erste Studienabschnitt umfasst die in Tabelle 2 dargestellten Pflichtmodule.

Tabelle 2: Pflichtmodule des ersten Studienabschnitts (1. und 2. Semester):

Module/ Lehrveranstaltungen	Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester		Prüfungs- leistung	Credits	Gewicht	
		Sem. 1	Sem. 2				
WP-01	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre				5		
B+W0101	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	V	4		K90	5	1
WP-02	Privatrecht				5		
B+W0103	Privatrecht	V	4		K90	5	1
WP-03	Allgemeine Psychologie				5		
B+W0376	Allgemeine Psychologie	V	4		K90	5	1
WP-04	Sozialpsychologie				5		
B+W0377	Sozialpsychologie	V+Ü	4		K90+unbe- notete PA	5	1
WP-05	Wirtschaftsmathematik				5		
B+W0102	Wirtschaftsmathematik	V	4		K90	5	1
WP-06	Methoden- und Sozialkompetenz				6		
B+W0105	Wissenschaftliches Arbeiten	S	2		PA	6	1
B+W0106	Soziale und interkulturelle Kompetenz	S	2				
WP-07	Rechnungswesen				5		
B+W0405	Rechnungswesen	V		4	K90	5	1
WP-08	Volkswirtschaftslehre				5		
B+W0118	Volkswirtschaftslehre Grundlagen	V		4	K90	5	1
WP-09	Wirtschaftspsychologie 1				8		
B+W0378	Allgemeine Wirtschaftspsychologie	V+Ü		4	K120+unbe- notete PA	8	1
B+W0385	Klinische Psychologie	V		2			
WP-10	Statistik				5		
B+W0345	Statistik	V		4	K90	5	1
WP-11	Management und Innovation				8		
B+W0386	Change Management	S		4	HA	8	1
B+W0165	Innovationsmanagement	V		2			
Summe SWS			24	24			
Summe Credits			31	31			

- (6) **Pflichtmodule des zweiten Studienabschnitts (3. – 7. Semester):**
 Der zweite Studienabschnitt umfasst die in Tabelle 3 dargestellten Pflichtmodule und alternativ die Module der Studienrichtungen Digital Economy & HR-Management (HR) oder Marketing & Marketing Research (MR) sowie die Abschlussarbeit (Bachelor-Thesis).

Tabelle 3: Pflichtmodule des zweiten Studienabschnitts (3. - 7. Semester):

Module/ Lehrveranstaltungen	Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester				Prüfungs- leistung	Credits	Ge- wicht	
		Sem. 3	Sem. 4	Sem. 6	Sem. 7				
WP-12	Marketing 1							5	
B+W0114	Marketing Grundlagen	V	4				K90	5	1
WP-13	Investition und Finanzierung							5	
B+W0112	Investition und Finanzierung	V	4				K90	5	1
WP-14	Markt- und Werbepsychologie							5	
B+W0383	Markt- und Werbepsychologie	V+Ü	4				HA+RE *)	5	1
WP-15	Wirtschaftspsychologie 2							5	
B+W0384	Arbeits- und Organisationspsychologie	V+Ü	4				K90+unbe- notete PA	5	1
WP-16	Psychologie und Ethik							5	
B+W0379	Psychologie und Ethik	S	4				HA	5	1
WP-17	Empirische Sozialforschung							6	
B+W0380	Quantitative Methoden	V+Ü	2				K120	6	1
B+W0381	Qualitative Methoden	V+Ü	2						
WP-18	Personalmanagement und Organisation							5	
B+W0387	Personalmanagement und Organisation	V+Ü		4			K90+unbe- notete PA	5	1
WP-19	Strategische Unternehmensführung							5	
B+W0388	Unternehmensführung	V		4			K90	5	1
WP-20	Wirtschaftsrecht							5	
B+W0125	Wirtschafts- und Arbeitsrecht	V		4			K90	5	1
WP-21	Wirtschaftspsychologie 3							6	
B+W0389	Persönlichkeitspsychologie	V		2			PA	6	1
B+W0390	Marktpsychologie	V		2					
WP-22	Digital Work							9	
B+W0391	Artificial Intelligence	V		2			HA+RE *)	9	1
B+W0392	Digital Transformation	V		2					
B+W0393	Managing Digital Work	S		2					
WP-24	International Business Project							5	
B+W0394	International Business Project	S			4		PA	5	1
WP-25	Wirtschaftspsychologisches Projekt							5	
B+W0395	Wirtschaftspsychologisches Projekt	S			4		PR	5	1
WP-32	Wahlpflichtfächer							12	
	Wahlpflichtfächer (siehe Absatz 7)	fach- spezifisch				8	fach- spezifisch	12	1

Module/ Lehrveranstaltungen		Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester				Prüfungs- leistung	Credits	Ge- wicht
			Sem. 3	Sem. 4	Sem. 6	Sem. 7			
WP-33	Bachelor-Thesis							15	
	Abschlussarbeit	WA				0	AA	12	4/5
	Kolloquium	S				2	KO	3	1/5
Summe SWS			24	22	8	10		64	
Summe Credits			31	30	10	27		98	

(7) **Wahlpflichtfächer:**

Im Modul Wahlpflichtfächer des Bachelorstudiums sind mindestens drei Wahlpflichtfächer mit insgesamt mindestens 12 Credits erforderlich. Die Fächer können aus dem Katalog von Wahlpflichtfächern gewählt werden. Verringerte Angebote bleiben nach Maßgabe der Lehrkapazität und Nachfrage vorbehalten. Die Modulnote errechnet sich gleichgewichtet aus den einzelnen Fächern.

Die Liste der Wahlpflichtfächer wird jeweils rechtzeitig vor Semesterbeginn veröffentlicht und gilt für das laufende Semester.

Fächer aus anderen Studiengängen der Hochschule Offenburg können mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Vorsitzenden des Prüfungsausschusses als Wahlpflichtfächer gewählt werden. Es können auf Antrag auch andere Lehrveranstaltungen an der Hochschule Offenburg als Wahlpflichtfach belegt werden, soweit keine inhaltlichen Überschneidungen mit anderen Leistungsnachweisen gegeben sind.

(8) **Alternative Studienrichtungen:**

Im zweiten Studienabschnitt haben die Studierenden alternativ die Studienrichtungen Digital Economy & HR-Management (HR) oder Marketing & Marketing Research (MR) erfolgreich abzuschließen. Die Wahl der Studienrichtung muss spätestens eine Woche vor Ablauf der Anmeldefrist zum Prüfungszeitraum des vierten Semesters erfolgen. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses kann zu Beginn des fünften Semesters in begründeten Fällen einmalig einen Wechsel der gewählten Studienrichtung genehmigen.

Tabelle 4: Module der alternativen Studienrichtungen

Module der alternativen Studienrichtungen/ Lehrveranstaltungen		Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester	Prüfungs- leistung	Credits	Ge- wicht	
			Sem. 6				
Alternative Studienrichtung Digital Economy & HR-Management (HR)							
WP-26	HR-Management					9	
B+W0396	Recruiting and HR Diagnostics	V	2	K120	9	1	
B+W0397	Organisational Development	S	2				
B+W0398	Digital Economy	V	2				
WP-27	Digital Management					6	
B+W0399	Strategic Information Management and Decision Making	S	2	K60+M ¹	6	1	
B+W0349	Projektmanagement	V	2				
WP-28	Risikomanagement					5	
B+W0400	Risikomanagement	V+Ü	4	K90	5	1	
Summe SWS			14				
Summe Credits			20		20		

Module der alternativen Studienrichtungen/ Lehrveranstaltungen		Art	SWS und zugeordnetes Fachsemester	Prüfungs- leistung	Credits	Ge- wicht
			Sem. 6			
Alternative Studienrichtung Marketing & Marketing Research (MR)						
WP-29	Marketing 2				9	
B+W0133	Konsumentenverhalten und Marketingforschung	V	2	K120	9	1
B+W0401	Kommunikationspsychologie und Marketing-Management	S	2			
B+W0402	Recht im Marketing	V	2			
WP-30	Marketing 3				6	
B+W0166	Direktmarketing	V	2	K60+M ¹	6	1
B+W0403	Digitales Marketing	S	2			
WP-31	Konsumentenpsychologie				5	
B+W0404	Konsumentenpsychologie	S	4	K90	5	1
Summe SWS			14			
Summe Credits			20		20	

(9) **Betriebspraktisches Studiensemester:**

Das betriebspraktische Studiensemester liegt im Regelfall im fünften Semester, es kann aber auch im vierten oder sechsten Semester durchgeführt werden. Es wird mit 30 Credits bewertet. Das betriebspraktische Studiensemester kann im In- oder Ausland durchgeführt und darf nur begonnen werden, wenn der erste Studienabschnitt erfolgreich abgeschlossen ist.

Ausbildungsziel des betriebspraktischen Studiensemesters ist:

- die Bedeutung des Betriebes als gesellschaftlichen Faktor beurteilen zu können,
- die internen Arbeitsabläufe sowie das Zusammenwirken der betrieblichen Bereiche zu verstehen und
- die betrieblichen Beziehungen zum Unternehmensumfeld zu kennen.

Ausbildungsziel des betriebspraktischen Studiensemesters ist ferner, dass die Studierenden selbständig komplexe Aufgaben lösen können. Auch soll die Mitwirkung in Projektgruppen erprobt werden.

Über das betriebspraktische Studiensemester fertigen die Studierenden einen Bericht an (§ 4 Absatz 4). Außerdem berichten sie in einer Veranstaltung über die praktischen Erfahrungen, die sie im Betrieb gemacht haben.

(10) **Semesterbegleitende Prüfungsleistungen, Gewichtungsfaktoren:**

Bei einer Hausarbeit (HA) und einer Praktischen Arbeit (PA) muss die oder der Studierende in der Lage sein, den Inhalt der Arbeit zu verteidigen.

In Seminaren (S) besteht Anwesenheitspflicht.

Für alle Prüfungsleistungen, in denen sowohl eine Hausarbeit als auch ein Referat (HA+RE) gefordert wird, gilt folgende Regelung: Die Hausarbeit (HA) hat einen Gewichtungsfaktor von 0,75 und das Referat (RE) einen Gewichtungsfaktor von 0,25.

- (11) **Bachelor-Thesis** (Abschlussarbeit nach § 21):
Die Abschlussarbeit (Bachelor-Thesis) kann in deutscher oder englischer Sprache angefertigt werden. Voraussetzungen für die Vergabe des Themas der Abschlussarbeit sind der erfolgreiche Abschluss des ersten Studienabschnitts, die erfolgreiche Teilnahme am betriebspraktischen Studiensemester sowie das Vorliegen von 40 Credits aus anderen Modulen des zweiten Studienabschnitts. Die Bearbeitungszeit beträgt drei Monate. Die Credits für die Abschlussarbeit werden bei der Ermittlung der Gesamtnote des Bachelor-Studiums verdoppelt.
- (12) **Bezeichnung „International Business Psychology“**
Auf Antrag wird die Bezeichnung „International Business Psychology“ in das Bachelorzeugnis und in die Bachelorurkunde aufgenommen, sofern folgende Voraussetzungen erfolgreich erfüllt und vollständig nachgewiesen sind:
- Es werden mindestens drei englischsprachige Prüfungsleistungen an der Hochschule Offenburg erfolgreich abgelegt.
 - Das betriebspraktische Studiensemester wird im Ausland erbracht.
 - Ein Semester wird an einer nicht deutschsprachigen Hochschule im Ausland erbracht.
 - Die Bachelor-Thesis wird in englischer Sprache erstellt und verfügt über einen internationalen Bezug.
- (13) **Bachelor-Zeugnis:**
Das betriebspraktische Studiensemester geht nicht in die Zeugnisnote ein.

¹ Gewichtung: 75 % Klausur, 25 % Mündliche Prüfung
* siehe Absatz 10