

STUDIENABLAUFPLAN M.SC. WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE
(für Absolventen eines wirtschafts- oder kommunikationspsychologischen Grundstudiums)

FERNSTUDIUM, 120 ECTS

Semester		Modul	Kurscode	Kursname	ECTS	Prüfungsform	
VZ	TZ I TZ II						
1. Semester	1. Semester	Wertebasierte Unternehmensführung	DLMWPWUF01	Wertebasierte Unternehmensführung	5	Hausarbeit	
		Change Management und Organisationsentwicklung	DLMCMO01	Change Management und Organisationsentwicklung	5	Klausur	
		Quantitative Forschungsmethoden	DLMWPQFM01	Quantitative Forschungsmethoden	5	Klausur	
2. Semester	2. Semester	Diagnostische Verfahren	DLMWPDV01	Diagnostische Verfahren	5	Fallstudie	
		Finanzpsychologie	DLMWPPF01	Finanzpsychologie	5	Klausur	
		Strategisches Management	MMAN01-01	Strategisches Management	5	Klausur	
2. Semester	3. Semester	Gesprächsführung und Kommunikationstechniken	DLMWPGUK01	Gesprächsführung und Kommunikationstechniken	5	Fachpräsentation	
		Agilität und kreative Arbeitstechniken	DLMWPAKAM01	Agilität und kreative Arbeitstechniken	5	Projektbericht	
		Leadership	MMAN02-02	Leadership	5	Klausur	
	4. Semester	4. Semester	Arbeits- und Organisationspsychologie	DLMWPAOP01	Arbeits- und Organisationspsychologie	5	Klausur
WAHLPFLICHTMODUL A *				z.B. Konsumentenverhalten und Kundenbindung	10		
3. Semester	4. Semester	Kompetenz- und Performance Management	DLMAPEKPM01	Kompetenz- und Performance Management	5	Klausur	
		Skalenbildung und Multivariate Analysemethoden	DLMWPSMA01	Skalenbildung und Multivariate Analysemethoden	5	Klausur	
	5. Semester	6. Semester	Seminar: Empirisches Arbeiten	DLMWPSEA01	Seminar: Empirisches Arbeiten	5	Seminararbeit
			Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie	DLMWPATWP01	Seminar: Aktuelle Themen der Wirtschaftspsychologie	5	Seminararbeit
	6. Semester	7. Semester	WAHLPFLICHTMODUL B *		z.B. Customer Journey	10	
Masterarbeit			MMTH01 MMTH02	Masterarbeit Kolloquium	27 3	Masterarbeit Prüfung mündlich	
Total						120 ECTS	

Wahlpflichtmodul A:

Konsumentenverhalten und Kundenbindung
 Personalgewinnung und -entwicklung
 Analyse und Entwicklung von Organisationen

Wahlpflichtmodul B:

Customer Journey
 New Work
 Unternehmensorientierte Organisationsentwicklung
 Konsumentenverhalten und Kundenbindung
 Personalgewinnung und -entwicklung
 Analyse und Entwicklung von Organisationen



Du hast bereits eine genaue Vorstellung zu Deinem idealen Studienablaufplan? Super! Die IU bietet Dir die nötige Flexibilität sämtliche Module aus allen Semestern frei nach Deinem Geschmack zu wählen. Du kannst mehrere Module gleichzeitig bearbeiten oder auch einfach ein Modul nach dem anderen.



* Wahlpflichtmodule: Zwei Module zur Auswahl, jedes Wahlpflichtfach kann nur einmal gewählt werden

VZ: Vollzeit Modell, 24 Monate
 TZ I: Teilzeit I Modell, 36 Monate
 TZ II: Teilzeit II Modell, 48 Monate



Weitere Informationen zu Deinem Studiengang findest Du im Modulhandbuch auf unserer [Website](#).

Außerdem kannst Du häufig gestellte Fragen und Antworten rund ums Fernstudium [hier](#) nachlesen.