

Verkündungsblatt

der Hochschule Hamm-Lippstadt – Amtliche Mitteilungen

Jahrgang 11

Hamm/Lippstadt, den 16. Juli 2019

Seite 21

Nr. 11

**Fachprüfungsordnung
(Studiengangsspezifische Bestimmungen)
für den Master-Studiengang
„Intercultural Business Psychology“
an der Hochschule Hamm-Lippstadt vom 08.10.2018
in der Fassung vom 08.07.2019**

Aufgrund des § 2 Absatz 4 und des § 64 Absatz 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz –HG) vom 16.09.2014 (GV. NRW. S. 547), hat die Hochschule Hamm-Lippstadt die folgende Änderung der Fachprüfungsordnung erlassen. Diese Ordnung gilt nur in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung für die Master-Studiengänge an der Hochschule Hamm-Lippstadt.

§ 1 ZIEL DES STUDIUMS

- (1) Der Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology“ ist ein international ausgerichteter englischsprachiger Studiengang.
- (2) Das Ziel des Master-Studiengangs „Intercultural Business Psychology“ ist es, die in dem vorangegangenen Studiengang erworbenen Kompetenzen (siehe §3) durch wissenschaftliches Arbeiten mit hohem Anwendungsbezug zu vertiefen, auf den interkulturellen Kontext anzuwenden, sowie in einem Schwerpunkt (Work and Organizational Psychology, Market and Consumer Psychology, oder Economic Psychology) forschungs- und anwendungsorientierte Kenntnisse zu erlangen.
- (3) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt menschliches Erleben und Verhalten in Wirtschaftskontexten in unterschiedlichen Kulturen eigenständig zu erfassen und zu analysieren, sowie Konzepte und Maßnahmen zur Optimierung und Veränderung dieses Erlebens und Verhaltens zu entwickeln.
- (4) Ein Schwerpunkt des Masters liegt auf der Vermittlung vertiefender Methoden der Wirtschaftspsychologie, welche Studierende befähigen, relevante arbeitspraktische Fähigkeiten evidenzbasiert anzuwenden.
- (5) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt gesellschaftliche und wirtschaftliche Verantwortung im interkulturellen Kontext zu übernehmen. Sie können die eigene kulturelle Prägung und den Umgang mit anderen Kulturen reflektieren und die ethischen Grundlagen von Wirtschaft und Gesellschaft kritisch hinterfragen.

§ 2 AKADEMISCHER GRAD

Nach bestandener Masterprüfung verleiht die Hochschule Hamm-Lippstadt im Studiengang „Intercultural Business Psychology“ den akademischen Grad „Master of Science“ (M. Sc.). Darüber wird eine Urkunde ausgestellt.

§ 3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology“ ist ein berufsqualifizierender Abschluss im Studiengang „Interkulturelle Wirtschaftspsychologie (B. Sc.)“ oder in einem fachlich vergleichbaren Studiengang mit einer Regelstudienzeit von mindestens 7 Semestern, der mit einem Bachelor of Science (B. Sc.) oder einem vergleichbaren berufsqualifizierenden Abschluss erfolgreich beendet worden ist. Der vorausgegangene Studiengang muss dabei einen Mindestumfang von 210 LP Kreditpunkten vorweisen und mit einer Mindestnote von 2,5 abgeschlossen worden sein. Fachlich vergleichbar im Sinne von Satz 1 ist ein psychologischer bzw. wirtschaftspsychologischer Studiengang an einer deutschen oder ausländischen Hochschule, welcher folgenden Kriterien erfüllt:
 - a) 36 LP (Leistungspunkte) in Grundlagendisziplinen der Psychologie (Themenfelder:

- a) Allgemeine Psychologie 1, Allgemeine Psychologie 2, Sozialpsychologie, Entwicklungspsychologie, Differenzielle und Persönlichkeitspsychologie und Biologische Psychologie), und
- b) 36 LP in Methodenlehre (davon mindestens 15 LP im Bereich Diagnostik, Testkonstruktion oder Faktorenanalyse und 15 LP im Bereich Statistik, Ökonometrie oder Quantitative Methoden).

- (2) Weitere Voraussetzung für den Zugang zum Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology“ ist der Nachweis ausreichender Kenntnisse der englischen Sprache auf der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens mittels eines entsprechenden Zertifikats. Der Nachweis hat durch einen der folgenden erfolgreich bestandenen äquivalenten Tests zu erfolgen:

- a) Cambridge C1 Advanced (Cambridge English Scale: mindestens 180 Punkte),
- b) Cambridge C2 Proficiency (Cambridge English Scale: mindestens 180 Punkte),
- c) IELTS (academic): mindestens Band 6.5 (mindestens 6.0 in jedem Testteil),
- d) TOEFL (iBT): mindestens 95 Punkte,
- e) TOEIC: mindestens 490 Punkte (listening), mindestens 455 Punkte (reading), mindestens 180 Punkte (speaking), mindestens 180 Punkte (writing),
- f) Mindestens Zertifikat UNICert III,
- g) PTE Academic: mindestens 76 Punkte.

§ 4 REGELSTUDIENZEIT, UMFANG DES ZU ABSCHLIEßENDEN MODULANGEBOTS

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt in der Vollzeitvariante drei Semester und in der Teilzeitvariante sechs Semester. Das durchschnittliche Studienvolumen umfasst 30 LP pro Semester der Regelstudienzeit in der Vollzeitvariante und durchschnittlich 15 LP pro Semester der Regelstudienzeit in der Teilzeitvariante. Für die gesamte Arbeitsbelastung des Studiums einschließlich der Präsenzzeiten, Vor- und Nachbereitungen sowie der Masterarbeit werden insgesamt 90 LP vergeben. Davon entfallen 40 LP auf den Pflichtbereich innerhalb der ersten beiden Semester sowie 20 LP auf den Schwerpunkt und 30 LP auf die Masterarbeit. Der Studienverlauf mit den einzelnen Angaben zu den Modulen und den zu vergebenden LP ist als Modulplan Bestandteil dieser Fachprüfungsordnung.
- (2) Das Studium kann zum Sommersemester oder zum Wintersemester aufgenommen werden.

§ 5 MASTERPRÜFUNG

Die Masterprüfung für den Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology (M. Sc.)“ besteht aus:

- (1) Einem **Pflichtbereich** mit 70 LP und Modulprüfungen in den Modulen
 - a) Cross-Cultural Psychology: Research 5 LP
 - b) Multivariate Methods 5 LP
 - c) Psychological Assessment – Decision Making 5 LP
 - d) Ethics 5 LP
 - e) Cross-Cultural Psychology: Application 5 LP
 - f) Evaluation 5 LP
 - g) Diagnostics: Test Theory + Test Construction 5 LP
 - h) Project Module 5 LP
 - i) Master's Thesis 30 LP

- (2) Einem **Wahlpflichtbereich I (Elective Modules I)** mit 10 LP. Die Studierenden belegen aus der dieser Fachprüfungsordnung als Anlage beigefügten Liste von Wahlpflichtmodulen ein Wahlpflichtmodul mit einem Umfang von 10 LP. Die Wahlpflichtmodule sind einem der folgenden Wahlpflichtprofile zugeordnet: „Work and Organizational Psychology“, „Market and Consumer Psychology“, und „Economic Psychology“.
Einem **Wahlpflichtbereich II (Elective Modules II)** mit 10 LP. Die Studierenden belegen aus der dieser Fachprüfungsordnung als Anlage beigefügten Liste von

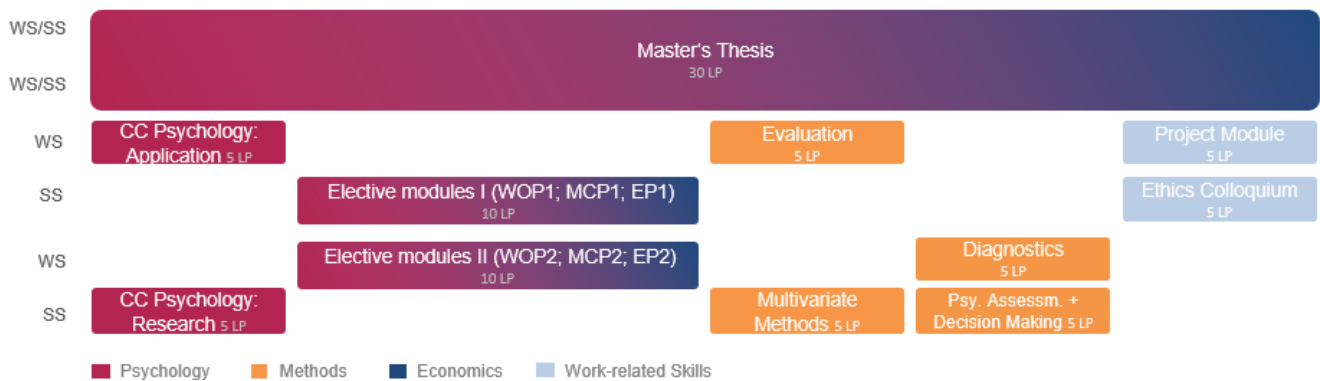
- Wahlpflichtmodulen ein Wahlpflichtmodul mit einem Umfang von 10 LP. Die Wahlpflichtmodule sind einem der folgenden Wahlpflichtprofile zugeordnet: „Work and Organizational Psychology“, „Market and Consumer Psychology“, und „Economic Psychology“.
(3) Das Wahlpflichtprofil kann zum Abschluss des Studiums auf dem Zeugnis separat ausgewiesen werden, wenn alle Wahlpflichtmodule aus dem entsprechenden Wahlpflichtprofil erfolgreich abgeschlossen wurden.

§ 6 MODULPLAN

Es gilt der folgende Modulplan für das Vollzeitstudium:



Es gilt der folgende Modulplan für das Teilzeitstudium:



§ 7 IN-KRAFT-TRETEN

Diese Änderung der Fachprüfungsordnung für den Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology (M. Sc.)“ tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden des genannten Master-Studiengangs, die ihr Studium ab Sommersemester 2020 aufgenommen haben.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Departmentrats des Departments Hamm 2 vom 08.07.2019.

Hamm, den 16.07.2019

gez. Prof. Dr. Klaus Zeppenfeld
Präsident der Hochschule Hamm-Lippstadt

Anlage zur Fachprüfungsordnung (Studiengangsspezifische Bestimmungen gemäß § 5 (2)) für den Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology“ an der Hochschule Hamm-Lippstadt

I. Elective Modules:

Wahlpflichtmodule im Wahlpflichtbereich I (Elective Modules I)

	LP	Angebot im Semester
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1	10	Sommersemester
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1	10	Sommersemester
ECONOMIC PSYCHOLOGY 1	10	Sommersemester

Wahlpflichtmodule im Wahlpflichtbereich II (Elective Modules II)

	LP	Angebot im Semester
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2	10	Wintersemester
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2	10	Wintersemester
ECONOMIC PSYCHOLOGY 2	10	Wintersemester

II. Wahlpflichtprofile:

Wahlpflichtmodule im Wahlpflichtprofil “Work and Organizational Psychology”

	LP	Angebot im Semester
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1	10	Sommersemester
WORK AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2	10	Wintersemester

Wahlpflichtmodule im Wahlpflichtprofil “Market and Consumer Psychology”

	LP	Angebot im Semester
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 1	10	Sommersemester
MARKET AND CONSUMER PSYCHOLOGY 2	10	Wintersemester

Wahlpflichtmodule im Wahlpflichtprofil “Economic Psychology”

	LP	Angebot im Semester
ECONOMIC PSYCHOLOGY 1	10	Sommersemester
ECONOMIC PSYCHOLOGY 2	10	Wintersemester