

Amtliches Mitteilungsblatt

der Hochschule Harz

**Hochschule für angewandte Wissenschaften
Wernigerode/Halberstadt**

Herausgeber: Der Rektor

Nr. 4/2017

Wernigerode, 27. November 2017

Herausgeber:

Hochschule Harz
Hochschule für angewandte Wissenschaften
Der Rektor
Friedrichstraße 57-59
38855 Wernigerode
Telefon: (0 39 43) 659-100
Telefax: (0 39 43) 659-109

Redaktion:

Rektorat

**Neufassung Studienordnung
für den Studiengang „Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)“,
Studienvarianten „viersemestrig (extended)“ und „dreisemestrig“,**

**des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz,
Hochschule für angewandte Wissenschaften Wernigerode**

vom 20.09.2017

Auf der Grundlage des § 55 des Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt (HSG LSA) vom 5. Mai 2004 (GVBl. LSA Seite 256) in der Fassung vom 14. Dezember 2010 (GVBl. LSA Nr. 28, Seite 600 ff.), zuletzt geändert am 3. März 2016 (GVBl. S. 94) in Verbindung mit § 67 Abs. 3 Nr. 8 und § 77 Abs. 2 Nr. 8 HSG LSA haben der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften sowie der Senat der Hochschule Harz, Hochschule für angewandte Wissenschaften Wernigerode die folgende Neufassung der Studienordnung für den Studiengang „Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)“, Studienvarianten „viersemestrig (extended)“ und „dreisemestrig“, des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz, Hochschule für angewandte Wissenschaften als Satzung beschlossen:

I.

**Studiengang „Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)“
 Studienvariante: viersemestrig (extended)**

**Übersicht über die Zusammensetzung der Modulprüfungen inkl. Zuordnung von ECTS-Credits sowie
 Bildung der „Master“-Abschlussnote**

Modulname	Unit	Empf.- Fach- sem.	Präsenz- stunden (SWS)	Art/Umfang Prüfungs- leistung ¹⁾	Modul- ECTS- Credits	Wichtung der Unit- note	Anteil a. Abschluss- note %
Ethik und Recht	Ethik im Marketing und der Marktforschung	1	2	K90/HA/RF/PA	5,0	50%	3,0
	Rechtliche Aspekte des Marketings und der Marktforschung	1	2	K90/HA/RF/PA		50%	
Empirieprojekt		1	4	HA/RF/PA	5,0	100%	3,0
Werbe- und Konsumentenpsychologie		1	4	K120/HA/RF/PA	5,0	100%	3,0
Konsumgütermarketing		1	4	K120/HA/RF/PA	5,0	100%	3,0
Quantitative Marktforschung		1	4	K120/HA/RF/PA	5,0	100%	3,0
Wahlpflichtfach	Wahlpflichtfach 1	1	2	siehe jeweilige SO*	5,0	100%	3,0
	Wahlpflichtfach 2	1	2	SL		0%	
Marktforschung mit Eye-Tracking	Verpackungsgestaltung und Produktpräsentation	2	2	K90/HA/RF/PA	5,0	50%	4,0
	Praxis der Blickverhaltensmessung am Point of Sale	2	2	K90/HA/RF/PA		50%	
Konsumentenverhalten über die Lebensspanne	Grundlagen der Entwicklungspsychologie	2	2	K90/HA/RF/PA	5,0	50%	4,0
	Qualitative Zielgruppenanalyse	2	2	K90/HA/RF/PA		50%	
Dienstleistungs- marktforschung	Unternehmensreputation und Markenstärke	2	2	K90/HA/RF/PA	5,0	50%	4,0
	Übungsseminar zur Dienstleistungs- marktforschung	2	2	K90/HA/RF/PA		50%	
Sensorik und Konsumenten- verhalten	Grundlagen der sensorischen Produktforschung	2	2	K90/HA/RF/PA	5,0	50%	4,0
	Sensorisches Produktmanagement	2	2	K90/HA/RF/PA		50%	
Ergänzende Schlüsselkompetenzen 1 ²⁾	Unit 1.1	2	2	K90/HA/RF/PA	5,0	50%	4,0
	Unit 1.2	2	2	K90/HA/RF/PA		50%	
Ergänzende Schlüsselkompetenzen 2 ²⁾	Unit 2.1	2	2	K90/HA/RF/PA	5,0	50%	4,0
	Unit 2.2	2	2	K90/HA/RF/PA		50%	

Forschungsprojekt ³⁾		3	4	PA	15,0	100%	12,0
Marktpsychologisches Projekt ³⁾		3	4	PA	15,0	100%	12,0
Masterabschlussprüfung ⁴⁾	Masterarbeit ³⁾	4		MA	25,0		30,0
	Masterkolloquium	4		KO	5,0		4,0
Summe					120		100

Abkürzung

K = Klausur (60, 90 oder 120 Minuten)
 BE = Bericht
 HA = Hausarbeit
 RF = Referat
 PA = Projektarbeit
 MP = Mündliche Prüfung
 MA = Masterarbeit
 KO = Kolloquium
 SL = Studienleistung (sonstiger Leistungsnachweis)

Module und ECTS-Credits

Der Masterstudiengang ist gedacht für Bewerber mit 180 ECTS-Credits aus dem Erststudium oder Bewerber mit 210 ECTS-Credits aus dem Erststudium ohne Schwerpunkt Konsumentenpsychologie / Marktforschung oder einem vergleichbaren Schwerpunkt. Im Masterstudiengang "Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)", Studienvariante "extended", werden bei viersemestriger Regelstudienzeit 120 ECTS-Credits vergeben mit der Möglichkeit der Anrechnung von Studienleistungen im ersten Semester.

Im modular aufgebauten Studiengang werden die Module i.d.R. nach einem Semester oder nach einem Studienjahr mit einer Prüfung (Klausur/Hausarbeit/Referat/Projektarbeit/Mündliche Prüfung) und/oder einem sonstigen Leistungsnachweis (Studienleistung) abgeschlossen.

Für erfolgreich abgeschlossene Module werden ECTS-Credits (Basis ist das European Credit Transfer System – ECTS) vergeben. Ein ECTS-Credit entspricht einem Workload von 30 Arbeitsstunden. In einem Studienjahr werden 60 ECTS-Credits vergeben, d.h. 30 ECTS-Credits pro Semester. Die ECTS-Credits werden getrennt von den erzielten Prüfungsleistungen erfasst und gutgeschrieben.

Werden im Masterstudiengang "Konsumentenpsychologie und Marktforschung (M.Sc.)", Studienvariante "extended", Studienleistungen des ersten Semesters angerechnet, gehen die Modulnoten entsprechend der Gewichtung ihrer jeweiligen ECTS-Credits - mit Ausnahme der Masterarbeit und des Masterkolloquiums siehe Fußnote 3) - in die Gesamtnote ein.

1) Die Prüfungsleistungen (MP/K/HA/RF/PA/MA/KO) werden mit den Noten entspr. § 11 der Prüfungsordnung bewertet. Bei mehreren Prüfungsleistungen für ein Modul setzt sich die Modulnote nach den oben angegebenen Gewichtungen der einzelnen Prüfungsleistungen zusammen. Sofern nichts anderes angegeben ist, gehen die Prüfungsleistungen zu gleichen Teilen in die Modulnote ein.

2) Die Module "Ergänzende Schlüsselkompetenzen" sind aus dem entsprechend ausgewiesenen Angebot des Studiengangs zu wählen.

3) Für die Projekte des 3. Semesters und die Masterarbeit können von den Vorlesungszeiten abweichende Bearbeitungszeiten vorgegeben werden. Die Masterarbeit umfasst einen Zeitraum von 5 Monaten.

4) Für das Modul Masterabschlussprüfung wird keine Modulnote gebildet. Die Note der schriftlichen Masterarbeit geht mit 30% und die Note für das Masterkolloquium mit 4% in die Gesamtbewertung ein.

* Es sind die aktuellen Prüfungsleistungen des Studiengangs zu erbringen, in welchem die entsprechende Unit studiert wird.

II.

Die Satzung findet Anwendung auf Studierende, die zum Wintersemester 2017/ 2018 oder später in diesen Studiengang immatrikuliert werden.

III.

Die Satzung tritt nach Genehmigung durch den Rektor mit ihrer Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der Hochschule Harz, Hochschule für angewandte Wissenschaften in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften vom 20.09.2017 und des Senates der Hochschule Harz, Hochschule für angewandte Wissenschaften vom 08.11.2017.

Wernigerode, den 27.11.2017

Prof. Dr. Folker Roland

Rektor der Hochschule Harz
Hochschule für angewandte Wissenschaften
Wernigerode/Halberstadt