

Antrag auf Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen für den Master-Studiengang Wirtschaftspsychologie



Vor- und Nachname des Antragstellers	
Strasse, Nr.	
PLZ, Wohnort	
Telefon	
E-Mail	

Hinweise:

1. Füllen Sie den Antrag bitte sorgfältig aus.
2. Zur Prüfung Ihres Antrags auf Anrechnung sind folgende Unterlagen notwendig:
 - Übersicht über die Inhalte der Lehrveranstaltungen
 - Übersicht über den zeitlichen Umfang (ECTS / CP) der Lehrveranstaltungen
 - Beglaubigte Kopie der Leistungsnachweise
 - Nachweise über die Zugangsberechtigung zum Studium an der Privatuniversität Schloss SeeburgBitte achten Sie darauf, dass Sie alle für die Prüfung des Antrags notwendigen Unterlagen beifügen.

Grundlage der Anrechnung:

1. Gemäß § 10 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg können Studienzeiten, Studien- und Prüfungsleistungen unter folgenden Bedingungen anerkannt werden:
 - (1) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in demselben Hochschulstudiengang an einer anderen staatlichen oder staatlich anerkannten in- oder ausländischen Hochschule werden ohne Gleichwertigkeitsprüfung anerkannt.
 - (2) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in Studiengängen, die nicht unter Absatz 1 fallen, werden angerechnet, soweit die Gleichwertigkeit gegeben ist. Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen sind gleichwertig, wenn sie in Inhalt, Umfang und in den Anforderungen denjenigen des entsprechenden Studiums an der Privatuniversität Schloss Seeburg im Wesentlichen entsprechen. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen.

- (3) Über die Anrechnung entscheidet die jeweilige Prüfungskommission. Eine Anrechnung setzt einen schriftlichen Antrag des Studierenden unter Verwendung eines vom Prüfungsamt herausgegebenen Formulars voraus und kann nur erfolgen, wenn die Studienzeit, Studienleistung oder Prüfungsleistung, die auf Grund der Anrechnung erlassen werden soll, noch nicht erbracht wurde. Die für die Anrechnung erforderlichen Unterlagen sind von den Studierenden vorzulegen.
 - (4) Werden Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet, sind die Noten - soweit die Notensysteme vergleichbar sind - zu übernehmen und in die Berechnung der Gesamtnote einzubeziehen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk "bestanden" aufgenommen. Eine Kennzeichnung der Anrechnung im Zeugnis ist zulässig.
2. Es können Vorleistungen von Fachhochschulen und Universitäten angerechnet werden.
Die Anerkennung der entsprechenden Vorleistungen erfolgt auf Basis der beglaubigten Zeugniskopie.

Anrechnungsmodalitäten:

1. Es können maximal 90 Credit Points anerkannt werden. Zumindest die Hälfte der erforderlichen Credit Points müssen an der Privatuniversität Schloss Seeburg absolviert werden.
2. Es können nur Vorleistungen angerechnet werden, die aus schriftlichen oder mündlichen Präsenzprüfungen stammen. Noten, die sich lediglich aus dem Besuch einer Vorlesung oder Übung ergeben, können bei Anrechnung nicht übernommen werden.

Wie wirkt sich eine mögliche Anrechnung auf mein Studium an der Privatuniversität Schloss Seeburg an:

- Ihre Noten aus im Vorfeld erbrachten Leistungen gehen bei Anrechnung in die Bewertung des Studiums an der Privatuniversität Schloss Seeburg ein.
- Für angerechnete Studieneinheiten können Sie keine Beratungsleistungen von den Tutoren in Anspruch nehmen.
- Bei vollständig angerechneten Studieninhalten erhalten Sie keine Studienmaterial der Studieneinheit über die Lernplattform.

Erklärung:

Hiermit beantrage ich gemäß § 10 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Privatuniversität Schloss Seeburg die Anrechnung bereits erbrachter Studien- bzw. Prüfungsleistungen. Bei den in Frage kommenden Prüfungsfächern habe ich auf dem beiliegenden Formular meine Vorleistungen eingetragen. Die zur Bearbeitung notwendigen Unterlagen füge ich als Anlage bei.

Datum, Ort

Unterschrift

Master-Studium Wirtschaftspsychologie

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ¹	Erworben am Institut ²	ECTS ³	Note	Anrechnung genehmigt
1. Semester							
Wissenschaftliches Arbeiten und Wissenschaftstheorien	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einführung in die Methodologie ■ Grundbegriffe und wissenschaftstheoretische Ansätze ■ Einordnung der Wirtschaftspsychologie in die Wissenschaft ■ Wissenschaftstheorie und Forschungsdesign ■ Literaturrecherche und Literaturlauswertung 					
Instrumente der Organisationsentwicklung und des Personalmanagements	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Personalmanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriff, Gegenstand, Ziele und Kontextfaktoren ○ Personalbedarfsplanung ○ Personalmarketing und Employer Branding ○ Personalauswahl ○ Personalentwicklung ○ Personalführung ○ Personalbeurteilung ○ Personalentlohnung ○ Personalfreisetzung ■ Organisationsentwicklung <ul style="list-style-type: none"> ○ Ziele ○ Ablauf und Phasen ○ Interventionsstrategien und Instrumente ○ Erfolgsfaktoren und Risiken 					

¹ Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung ist beizufügen.

² Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

³ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

Wirtschaftsethik	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundlagen der Ethik in der Philosophie ■ Einführung in die Wirtschafts- und Sozialethik ■ Unternehmensethisches Verhalten – an Fallstudien aufbereitet ■ Wechselwirkungen zwischen unternehmensethischem Verhalten und anderen Zielen von Unternehmen ■ Fallstudien 					
Führung Leadership	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundlagen einer resultat- und mitarbeiterorientierten Führung ■ Merkmale die Leader auszeichnen ■ Fähigkeiten für eine umfassende Führungskompetenz ■ Instrumente und Methoden der Führung ■ Bedeutung der sozialen Kompetenz ■ Psychologische Grundlagen effektiver Führung ■ Führungssituation und die Rolle des Leaders ■ Der Weg zur Führungspersönlichkeit ■ Vertrauen und Loyalität der Mitarbeiter ■ Mitarbeiter für gemeinsame Ziele begeistern ■ Arbeitstechniken ■ Digitale Reife eines Unternehmens ■ Das lernende Unternehmen ■ Wissensmanagement ■ Kreativität und Innovationskultur ■ Big Data ■ Integration von Mensch und Aufgabe 					

		<ul style="list-style-type: none"> ■ Werkzeuge und Methoden 					
Quantitative und qualitative Forschungsmethoden	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diskussion des Spannungsfelds zwischen Theorie einerseits und empirischer Datengewinnung sowie Datenanalyse andererseits ■ Gütekriterien quantitativen und qualitativen wissenschaftlichen Arbeitens und die statistische Absicherung der hierbei gewonnenen Aussagen ■ Standarddesigns empirischen Arbeitens im angewandten und wissenschaftlichen Kontext und zugehörige statistische Analyseverfahren ■ Reflexion der Stärken und Schwächen konkreter qualitativer und quantitativer Analyseansätze ■ Konkrete Anwendung statistischer Analyseverfahren mittels Standardsoftware 					

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ⁴	Erworben am Institut ⁵	ECTS ⁶	Note	Anrechnung genehmigt
2. Semester							
Strategisches Management	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Strategischen Handlungsbedarf erkennen ■ Prozess der Strategiefindung ■ Kerngeschäft bestimmen ■ Rentabilität, Marktposition und Wachstum ■ Innovation und Business Development ■ Strategieprozess ■ Steuerung eines Strategieprozesses ■ Führungs-Instrumente und Methoden ■ Strategien formulieren ■ Strategien implantieren 					
Forschungsseminar	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Seminarbezogene Inhalte 					
Wahlpflichtfach I	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wahlpflichtfachbezogene Inhalte 					
Schlüsselqualifikationen	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Schlüsselqualifikationsbezogene Inhalte 					
Multivariate Statistik	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ein- und mehrfaktorielle Varianz- und Kovarianzanalysen ■ Multiple manifeste Regressionsanalysen ■ Komplexere manifeste Regressionsmodelle (z. B. Polynomregression) 					

⁴ Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung) ist beizufügen.

⁵ Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

⁶ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

		<ul style="list-style-type: none">■ Einfache manifeste Moderations- und Mediationsanalysen auf Basis regressionsanalytischer Verfahren■ Multivariate Varianzanalyse■ Diskriminanzanalyse■ Faktorenanalyse■ Clusteranalyse					
--	--	---	--	--	--	--	--

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ⁷	Erworben am Institut ⁸	ECTS ⁹	Note	Anrechnung genehmigt
3. Semester							
Wahlpflichtfach II	6	■ Schwerpunktfachbezogene Inhalte					
Schwerpunkt A, B oder C	6	■ Schwerpunktfachbezogene Inhalte					
Schwerpunkt A, B oder C	6	■ Schwerpunktfachbezogene Inhalte					
Anwendungsorientiertes Modul: Praxisprojekt	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kommunikationsmodell ■ Aufgabenstellung aus der Praxis ■ Kampagnenplanung in Stufen ■ Feldvorbereitung (Analyse) ■ Strategische Stoßrichtung ■ Positionierung ■ Werbezielgruppe ■ Werbebotschaft ■ Werbekanal ■ Werbezeitpunkt ■ Controlling der Kampagne 					
Schwerpunkt A, B oder C	6	■ Schwerpunktfachbezogene Inhalte					

⁷ Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung ist beizufügen.

⁸ Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

⁹ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ¹⁰	Erworben am Institut ¹¹	ECTS ¹²	Note	Anrechnung genehmigt
4. Semester							
Schwerpunkt A, B oder C: Forschungsseminar	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Schwerpunktfachbezogene Inhalte 					
Kolloquium	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Methoden wissenschaftlichen Arbeitens ■ Regeln guter wissenschaftlicher Praxis ■ Thema, Gliederung, Methoden und Ergebnisse der Masterarbeiten 					
Master-Thesis		<ul style="list-style-type: none"> ■ Richtlinien und erfolgreiche Praxis zur Anfertigung eines wissenschaftlichen Textes ■ Individuell vergebene Arbeitsthemen 					

¹⁰ Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung ist beizufügen.

¹¹ Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

¹² Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ¹³	Erworben am Institut ¹⁴	ECTS ¹⁵	Note	Anrechnung genehmigt
Wahlpflichtfächer im Umfang von 12 ECTS-Kreditpunkten je nach Angebot							
Mögliche Wahlpflichtfächer:							
Psychologie der neuen Medien in Werbung & Employer Branding	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Digitale Reife von Unternehmen analysieren ■ Reizverarbeitung (Bewusste und unbewusste Wahrnehmung, Reizauswahl) ■ Werbestrategien für unterschiedliche Wahrnehmungssituationen ■ Onlinemarketing im Umfeld der Suche ■ Suchmaschinenergebnisse aus Sicht der Suchmaschine ■ SEO und die Onpage- und Offpage-Ziele ■ Affiliatemarketing, SEA, SEM eMail Marketing und Display Adverstising ■ Mobile Marketing ■ Digitales Employer Branding ■ Social Media Monitoring 					
Eyetracking	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bewusste und unbewusste Wahrnehmung von Reizen ■ Involvement ■ Wahrnehmungsselektion ■ Methoden der Blickregistrierung 					

¹³ Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung ist beizufügen.

¹⁴ Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

¹⁵ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

		<ul style="list-style-type: none"> ■ Eye-Mark-Recorder (EMR) ■ Grenzen der Methode (Reliabilität, Validität, soziale „Erwünschtheit“) ■ Technik und Methodik ■ Einsatz in der Praxis 					
Consumer Insight und Internet bei high involvierten Käufern und Konsumenten	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Consumer Insight ■ Motive und Beweggründe, Fragen der Suchenden (Push) ■ Analysemethoden zur Selektion der Interessierten ■ Keywordrecherche ■ SEO Tools ■ Consumer Journey ■ Consumer Surveys ■ Social Media Monitoring-Tools ■ Crowdsourcing ■ Sentiment Analyse ■ Neue Entwicklungen und Ausblicke 					

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ¹⁶	Erworben am Institut ¹⁷	ECTS ¹⁸	Note	Anrechnung genehmigt
Schwerpunkt A, B oder C							
Schwerpunkt A: Personalpsychologie							
Aufgaben- und Anforderungsanalyse	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verschiedene Verfahren der Arbeits- und Anforderungsanalyse ■ Möglichkeiten zur Erstellung von Anforderungsprofilen ■ Bedeutung von Anforderungsprofilen in der Personalarbeit ■ Zuordnung vom Kompetenzen zu den Anforderungen 					
Neuere Ansätze der Eignungsdiagnostik	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Qualitätsstandards in der Eignungsdiagnostik ■ Auswertung von Studien zur Güte von eignungsdiagnostischen Verfahren ■ Einsatz von computergestützten Verfahren und Multi-Media in der Eignungsdiagnostik ■ Möglichkeiten der Kombination verschiedener Verfahren der Eignungsdiagnostik ■ Verschiedene Formen des Assessment Centers 					

¹⁶ Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung) ist beizufügen.

¹⁷ Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

¹⁸ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

		<ul style="list-style-type: none"> ■ Testtheorie ■ Verschiedene Arten von Tests und Fragebögen ■ Aktuelle Trends in der Eignungsdiagnostik 					
Teamdiagnostik und –entwicklung	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ziele der Teamentwicklung – und Diagnose ■ Formen der Teamarbeit ■ Prozessanalytische Teamdiagnoseverfahren ■ Strukturanalytische Teamdiagnoseverfahren ■ Anlässe für Teamentwicklung ■ Interventionsstrategien in Teams ■ Reflexion in Teams ■ Innovatives Teamklima ■ Beispiele für Teamentwicklungen 					
Forschungsseminar: Strategisches Talent Management	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Durchführung einer empirischen Studie zum Themenbereich „Strategisches Talentmanagement“ ■ Thematische Kurseinheiten zu den Themen: Talentbegriff, Bereiche des Talentmanagements, Talentmanagement in Abhängigkeit vom organisationalen Kontext, Zusammenhang zwischen Talentbestimmung, Personalstrategie und Unternehmensstrategie 					

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ¹⁹	Erworben am Institut ²⁰	ECTS ²¹	Note	Anrechnung genehmigt
Schwerpunkt B: Organisationale Veränderungsprozesse							
Formen und Strukturen moderner Organisationen	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theoretische Grundlagen der Organisationsgestaltung <ul style="list-style-type: none"> ○ Transaktionskostentheorie ○ Property Rights-Theorie ○ Prinzipal-Agenten-Theorie ○ Markt und Hierarchie als idealtypische Strukturalternativen ○ Bildung hybrider Organisationsformen ■ Treiber organisatorischen Wandels <ul style="list-style-type: none"> ○ Technologische Dynamik ○ Globalisierung ○ Änderung der sozialen Umwelt ■ Moderne Entwicklungen in der Organisationsgestaltung <ul style="list-style-type: none"> ○ Arbeitsorganisation (u.a., Job Enrichment, Job Enlargement, Job Rotation, Teamarbeit) ○ Unternehmensorganisation (u.a. Centerorganisation, projektbasierte Organisation, Modularisierung, Hypertext-Organisation) ○ Überbetriebliche Zusammenarbeit (u.a. Unternehmensnetzwerke, virtuelle Organisation) 					
Verfahren der Organisationsdiagnostik	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundlagen der OD ■ Abgrenzung OD zur Organisationsforschung ■ Ansätze und Methoden der OD 					

¹⁹ Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung) ist beizufügen.

²⁰ Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

²¹ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

		<ul style="list-style-type: none"> ■ Datenerhebung im Rahmen der OD ■ Erhebung von psychologischen Konstrukten: insbes. Organisationsklima & Organisationskultur ■ Fallbeispiele 					
Methoden der Organisationsentwicklung	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Change Management und OE ■ Widerstände gegen Veränderung ■ Bedeutung, Geschichte und Ansätze der OE ■ Modelle, Phasen und Prozesse der OE ■ Mitarbeiterbefragung als Feedback- und Veränderungsprozess ■ Kulturentwicklung, Teamentwicklung, Führungskräfteentwicklung, Strukturentwicklung ■ Fallbeispiele 					
Forschungsseminar: Kreativität und Innovationen in Organisationen	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktuelle Themen der Organisationsgestaltung und -entwicklung 					

Fach	ECTS	Studieninhalte	Antrag auf Anrechnung aufgrund folgender Vorleistungen ²²	Erworben am Institut ²³	ECTS ²⁴	Note	Anrechnung genehmigt
Schwerpunkt C: Konsumentenverhalten							
Theorien und Modelle des Konsumentenverhaltens	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wissenschaftstheoretische Einordnung ■ Ausgewählte Modelle z.B. ■ Das Modell von Howard und Sheth ■ Das Modell von Blackwell, Miniard und Engel ■ Modelle zum kognitiven Ansatz ■ Das Modell von Peter, Olson und Grunert ■ Ausgewählte Theorieelemente – Konstrukte der Theorie ■ Zustände (Involvement, Emotionen, Motive, Einstellungen, Werte und Normen, Persönlichkeit) ■ Prozesse (Informationserwerb, -verarbeitung und Speicherung und Kaufentscheidung und Nachkaufverhalten) ■ Kaufentscheidungstypen ■ Konsumentenverhalten in Kundenbeziehungen 					
Gesellschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen des Konsumentenverhaltens	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kulturbegriffe in der interkulturellen Wirtschaftskommunikationsforschung 					

²² Nennen Sie bitte Art und Namen der Lehrveranstaltung, in der Sie die Vorleistung erbracht haben. Eine Kopie des Leistungsnachweises (Schein, Zeugnis oder tabellarische Notenbescheinigung) ist beizufügen.

²³ Nennen Sie bitte die (Fach-)Hochschule, die die Vorleistung bestätigt.

²⁴ Nennen Sie bitte die Anzahl der ECTS der Veranstaltung.

		<ul style="list-style-type: none"> ■ enger Kulturbegriff ■ weiter Kulturbegriff ■ Das Individuum in seiner Lebenswelt ■ Kulturbegriff im Zeitalter der Globalisierung ■ Methoden der Kulturanalyse ■ Subkulturen und soziale Schichten ■ Die 4 Bestimmungsgrößen für einen Kulturkreis ■ Kulturgeschichten und Zeremonien ■ Mythen und deren Funktionen ■ Rituale und Konsumaktivitäten ■ Sakraler und weltlicher Konsum ■ Praxisbeispiele und Anwendungen 					
Aktuelle Entwicklungen der Konsumentenforschung	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Person-Umwelt Modell ■ Marktpsychologische Intervention ■ Empirische Bewertung von Interventionsmaßnahmen ■ Methoden und Instrumente zur Qualifizierung des Konsumentenverhaltens 					
Forschungsseminar: Konsumenten-verhalten	6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Seminarbezogene Inhalte 					

Stempel, Datum, Unterschrift