

**Externenprüfungsordnung
für die Fachrichtungen
„Wirtschaftspsychologie & Leadership“ bzw.
„Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw.
„Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“
„Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“
Master of Science (M.Sc.) bzw.
„Wirtschaftspsychologie & Decision Making“
Master of Science (M.Sc.)
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen
vom 17. Juni 2020**

in der Fassung der 3. Änderungssatzung vom 31. Mai 2022

Rechtsgrundlage

Aufgrund von § 8 Abs. 6 in Verbindung mit § 30 Abs. 1, § 32 Abs. 3 und § 33 des Gesetzes über die Hochschulen in Baden-Württemberg (Landeshochschulgesetz - LHG) in der Fassung vom 01. Januar 2005 (GBl. S. 1), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Vierten Hochschulrechtsänderungsgesetzes vom 17.12.2020 (GBl. S. 1204) hat der Senat der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen am 19. Mai 2022 die nachstehende Prüfungsordnung vom 14. Juli 2021, zuletzt geändert am 14. Juli 2021 und am 8. Februar 2022, beschlossen.

A. ALLGEMEINER TEIL

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Die Prüfungsordnung gilt für die Masterprüfungen von nichtmatrikulierten Studierenden (Externenprüfung) zum Master of Science – M.Sc. in den Fachrichtungen "Wirtschaftspsychologie & Leadership", „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ und „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“, „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“.
- (2) Der Allgemeine Teil der geltenden Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen für Masterstudiengänge vom 29. Januar 2013 in der jeweiligen Fassung ist auf die Externenprüfung anzuwenden, soweit in dieser Prüfungsordnung nichts Anderes bestimmt ist.
- (3) Die Amts- und Funktionsbezeichnungen in dieser Prüfungsordnung beziehen sich in gleicher Weise auf Frauen wie auf Männer; im Übrigen gilt § 11 Absatz 7 LHG entsprechend.

§ 2 Zielsetzung der Externenprüfung

Übergeordnete Zielsetzung der weiterbildenden und praxisintegrierenden Master of Science (M.Sc.) Programme „Wirtschaftspsychologie & Leadership“, „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ und „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“ „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“ ist es, berufstätigen Personen Fach-, Methoden- und Führungskompetenzen im Bereich wirtschaftspsychologischer Anwendungsfelder auf Basis wissenschaftlich fundierten und anwendungsorientierten Know-hows zu vermitteln.

Die Programme bauen auf einem ersten Hochschulstudium auf. Neben der fachlichen Ausbildung steht die Entwicklung von vertiefenden wissenschaftlich-methodischen, überfachlichen und selbstreflexiven Qualifikationen als wichtiges Standbein des lebenslangen Lernens, die weitere Persönlichkeitsentfaltung der Teilnehmer sowie die Motivation zur bürgerlichen Teilhabe, gleichberechtigt neben den Fachinhalten.

Ziel der Externenprüfung für die Fachrichtungen „Wirtschaftspsychologie & Leadership“, „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw. „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“, „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“ zum Master of Science (M.Sc.) und der zu ihrer Vorbereitung dienenden Module ist der Nachweis einer wissenschaftsbezogenen und

berufsorientierten Kompetenz im Bereich "Wirtschaftspsychologie & Leadership", „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw. „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“, „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“. Das Programm richtet sich damit in seiner Konzeption gleichermaßen an Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher und psychologischer als auch 'fachfremder' Studiengänge (z.B. Medizin, Ingenieurwesen, Rechtswissenschaften, Geisteswissenschaften), an Studierende also, die im Rahmen ihrer jetzigen, zukünftigen oder gewünschten beruflichen Position Know-how im Bereich von „Wirtschaftspsychologie & Leadership“, „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw. „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“ „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“ erwerben wollen, gleich aus welchem Fachgebiet sie ursprünglich stammen.

Die Absolventen sollen befähigt werden, mit vertieften und gründlichen wirtschaftspsychologischen Kompetenzen die berufspraktischen Aufgabenstellungen und Probleme in ihrem Berufsfeld selbständig und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten.

§ 3 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Zur Externenprüfung kann zugelassen werden, wer folgende Voraussetzungen nachweist:
 1. Einen ersten Hochschulabschluss im Umfang von in der Regel mindestens 210 ECTS-Punkten; bei weniger als 210 ECTS-Punkten ist der Nachweis der Qualifikation nach Abs. 2 zu führen. Der Abschluss wird nachgewiesen durch eine amtlich beglaubigte Abschrift oder Fotokopie des Abschlusses, bei ausländischen Bildungsnachweisen ist zusätzlich die Bescheinigung über die Anerkennung durch das Ausländerstudienkolleg in Konstanz beizulegen
 2. eine qualifizierte Praxiserfahrung von mindestens einem Jahr, wobei die während des Erststudiums geleistete Praxiszeit anerkannt wird,
 3. den Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung durch Nachweis einer Teilnahme an Vorbereitungskursen.
- (2) Bei Bachelorabschlüssen mit weniger als 210 ECTS-Punkten prüft der zuständige Studiendekan und ein/eine weitere/r im Programm tätige Dozentin/Dozent mit mind. Masterabschluss in einem wirtschaftspsychologischen Studiengang, ob die nach den Zugangsvoraussetzungen erforderliche Qualifikation gleichwertig nachgewiesen wird. Die Prüfung erfolgt anhand der eingereichten Unterlagen. Darüber hinaus kann ein Eignungsgespräch geführt oder sonstige Maßnahmen zur Eignungsfeststellung ergriffen werden.
- (3) Dem Antrag auf Zulassung zur Externenprüfung sind außerdem zwingend ein Lebenslauf mit lückenloser Darstellung des Bildungsweges und des beruflichen Werdeganges beizufügen.
- (4) Über die Zulassung zur Externenprüfung entscheidet der Prüfungsausschuss der Fakultät Wirtschaft und Recht.

§ 4 Modulinhalte und Modulprüfungen

- (1) Der Bewerber wählt mit dem Antrag auf Zulassung eine der Fachrichtungen „Wirtschaftspsychologie & Leadership“, „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw. „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“, „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“. Nach der Zulassung zur Externenprüfung ist ein Wechsel der Fachrichtung nur solange die spezifischen Module der Fachrichtung noch nicht angetreten wurden mit Zustimmung des Prüfungsausschusses der Fakultät Wirtschaft und Recht und der wissenschaftlichen Leitung möglich.
- (2) Die Modulprüfungen werden grundsätzlich im Anschluss an die betreffenden Vorbereitungskurse oder während der Präsenzphasen abgelegt.
- (3) Die Masterarbeit ist eine schriftliche wissenschaftliche Arbeit. Die Bearbeitungszeit beträgt vier Monate. Das Thema der Masterarbeit kann grundsätzlich erst nach erfolgreichem Abschluss aller Module der ersten beiden Fachsemester vereinbart werden.

- (4) Schriftliche Arbeiten, die Studienarbeit und die Masterarbeit können auch als Gruppenarbeiten vergeben werden. Der Anteil der einzelnen Kandidaten in einer Gruppenleistung muss getrennt dargestellt und bewertet werden können.
- (5) Eine Modulprüfung kann nur als Ganzes wiederholt werden. Eine Wiederholung von Teilen ist ausgeschlossen.

§ 5 Unterrichtssprache

Die Unterrichts- und Prüfungssprache ist Deutsch. Englischsprachige Materialien (Bücher, Artikel, Skripte) können jedoch Gegenstand der Prüfungsvorbereitung sein. Die Prüfung erfolgt in der deutschen Sprache. Auf Antrag an die wissenschaftliche Leitung können die schriftlichen Arbeiten (Hausarbeit, Masterthesis) auf Englisch erstellt werden.

§ 6 Zeugnis und Abschlussbezeichnung

- (1) Hat der Bewerber alle Modulprüfungen für die Masterprüfung bestanden, gilt die Externenprüfung als erfolgreich abgeschlossen. Über die Ergebnisse der Masterprüfung wird ein Masterzeugnis (M.Sc.) ausgestellt, in welchem zu vermerken ist, dass die Masterprüfung als Externenprüfung abgelegt wurde.
- (2) Das Masterzeugnis (M.Sc.) enthält die Modulnoten, das Thema der Masterarbeit und die Gesamtnote.
- (3) Im Besonderen Teil werden die Gewichtungsfaktoren zur Ermittlung der Noten im Masterzeugnis (M.Sc.) bestimmt.
- (4) Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen verleiht nach bestandener Masterprüfung den akademischen Grad Master of Science – M.Sc. für die Fachrichtung „Wirtschaftspsychologie & Leadership“ oder „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ oder „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“, „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“. Zusätzlich wird ein Diploma Supplement (DS) entsprechend dem European Diploma Supplement Model (Europäische Union/Europarat/UNESCO) ausgestellt.
- (5) Erstellt ein Bewerber eine weitere Masterarbeit und belegt die erforderlichen Module aus der Fachrichtung „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw. „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“, kann ein weiterer Grad Master of Science – M.Sc. für die Fachrichtung „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw. „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“, „Wirtschaftspsychologie & Digital Consumer Behavior“ sowie „Wirtschaftspsychologie & Decision Making“ verliehen werden. Wurde die Masterarbeit für den Abschluss „Wirtschaftspsychologie & Leadership“ mit der Note 1,9 oder besser bewertet und eine Gesamtnote von 2,0 oder besser erreicht, kann die Masterarbeit bei Gleichwertigkeit durch den zuständigen Prüfungsausschuss der Fakultät Wirtschaft und Recht für den weiteren Grad anerkannt werden.

§ 7 Prüfungsgebühren

Es werden Prüfungsgebühren gemäß der Satzung über die Erhebung von Gebühren und Auslagen an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (Hochschul-Gebührensatzung) vom 31. Oktober 2018 erhoben. Sie sind unverzüglich nach Zulassung zur Externenprüfung (§ 4 Abs. 1) zu entrichten. Die Zulassung wird erst wirksam, wenn die Prüfungsgebühr entrichtet ist.

§ 8 Inkrafttreten

- (1) Die Prüfungsordnung für die Externenprüfung „Wirtschaftspsychologie & Leadership“, „Wirtschaftspsychologie & Business Transformation“ bzw. „Wirtschaftspsychologie & Human Resource Management“ der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen tritt mit Wirkung zum 1. März 2020 in Kraft. Studierende, die ihr Studium vorher begonnen haben, studieren nach der bisherigen Prüfungsordnung weiter.
- (2) Die Änderung der Externenprüfungsordnung vom 8. Februar 2022 tritt zum 1. März 2022 in Kraft. Studierende, die ihr Studium vorher begonnen haben, studieren nach der bisherigen Prüfungsordnung weiter.
- (3) Die Änderung der Externenprüfungsordnung vom 31. Mai 2022 tritt mit Wirkung zum 1. März 2022 in Kraft.

Legende:

CR = Credits
D/E = Veranstaltung kann auch in Englisch stattfinden
E = Veranstaltungen finden in englischer Sprache statt
GM = Gewichtung für die Modulnote
K = Klausur
M = mündl. Prüfung
MA = Masterarbeit
Mo = Monate
MP = Modulprüfung
NG = Notengewichtung für die Gesamtnote
PV = Prüfungsvorleistung
R = Referat / Präsentation
S = schriftliche/zeichnerische Arbeit
StA = Studienarbeit
SWS = Semesterwochenstunde

B. BESONDERER TEIL

Module und Modulprüfungen

Die Module zur Externenprüfung erstrecken sich über drei Semester.

| Modul- code | Module | Halbjahre ECTS Credits | MP Art/Dauer | GM | NG |
|------------------------|--|---------------------------------------|-------------------------|-----------|-----------|
| | 1. Semester | | | | |
| 422-014 | I.1 Allgemeine Psychologie <i>General Psychology</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-015 | I.2 Sozialpsychologie / Persönlichkeitspsychologie <i>Social Psychology / Psychology of Personality</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-016 | I.3 Wirtschaftspsychologie <i>Business Psychology</i> | 6 | R | | 6 |
| 422-017 | I.4 Leadership: Grundlagen & Führungskonzepte <i>Leadership: Basics & Concepts</i> | 6 | R | | 6 |
| 422-018 | I.5 Empirische Sozialforschung <i>Empirical Research Methods</i> | 6 | StA | | 6 |
| | Summe 1. Semester | 30 | | | 30 |
| | | | | | |

| Modul-code | Module | Halbjahre ECTS Credits | MP Art/Dauer | GM | NG |
|------------|---|------------------------------|-----------------|---------|----|
| | 2. Semester | | | | |
| 422-019 | II.1 Empirische Auswertungsmethoden <i>Empirical Analysis Methods</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-020 | II.2 Projekt- und Prozessmanagement <i>Project- and Process-Management</i> | 6 | R | | 6 |
| | Fachrichtung I: Leadership | | | | |
| 422-023 | II.3a Exzellente Führung <i>Leadership of Excellence</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-024 | II.4a Macht & Mikropolitik, Bad Leadership <i>Power, Micro Politics, Bad Leadership</i> | 6 | StA+M15 | 30 / 70 | 6 |
| 422-025 | II.5a Führungseffektivität <i>Evidence Based Perspectives of Leadership</i> | 6 | StA | | 6 |
| | Fachrichtung II: Business Transformation | | | | |
| 422-026 | II.3b Change Management <i>Change Management</i> | 6 | R | | 6 |
| 422-027 | II.4b Consulting <i>Consulting</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-028 | II.5b Coaching <i>Coaching</i> | 6 | StA+M15 | 30 / 70 | 6 |
| | Fachrichtung III: Human Resource Management | | | | |
| 422-029 | II.3c Grundlagen des Human Resource Management <i>Basics of Human Resource Management</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-030 | II.4c Strategisches Human Resource Management <i>Strategic Human Resource Management</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-031 | II.5c Digital Human Resource Management <i>Digital Human Resource Management</i> | 6 | StA+M15 | 30 / 70 | 6 |
| | Fachrichtung IV: Digital Consumer Behavior | | | | |
| 422-032 | II.3d Werbepsychologie & Konsumentenverhalten <i>Advertising Psychology & Consumer Behavior</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-033 | II.4d Digitale Erfahrungswelten und Medienwirklichkeiten <i>Digital Experiences & Media Realities</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-034 | II.5d Digitale KonsumentInnen <i>Digital Consumers</i> | 6 | StA+M15 | 30/70 | 6 |
| | Fachrichtung V: Decision Making | | | | |
| 422-035 | II.3e Grundlagen und individuelle Entscheidungskonzepte <i>Basics of Decision Making Psychology</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-036 | II.4e Verbesserung des individuellen Entscheidungsverhaltens <i>Improving Decision Making Behavior</i> | 6 | StA+M15 | 30/70 | 6 |
| 422-037 | II.5e Entscheidungen in Teams und Organisationen <i>Decisions in Teams and Organizations</i> | 6 | StA | | 6 |
| | Summe 2. Semester | 30 | | | 30 |

| Modul- code | Module | Halbjahre ECTS Credits | MP Art/Dauer | GM | NG |
|------------------------|--|---------------------------------------|-------------------------|-----------|-----------|
| | 3. Semester | | | | |
| 422-021 | III.1 Kognitive und psychische Ressourcen: Systemdenken, Gesundheit, Effektivität und Nachhaltigkeit <i>Cognitive and Psychological Resources: Systems Thinking, Health, Effectiveness and Sustainability</i> | 6 | StA+M15 | 30/70 | 6 |
| 422-022 | III.2 Wirtschaftspsychologie für die Zukunft <i>Future Trends in Business Psychology</i> | 6 | StA | | 6 |
| 422-013 | III.3 Masterthesis <i>Master Thesis</i> | 18 | MA | | 18 |
| | Summe 3. Semester | 30 | | | |
| | Gesamtsumme | 90 | | | 90 |