

2016 / Nr. 45 vom 30. Mai 2016

**107. Druckfehlerberichtigung**

**Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum  
des Universitätslehrganges „Wirtschafts- und  
Organisationspsychologie“ (Master of Arts) an der Donau-  
Universität Krems**

**(Fakultät für Gesundheit und Medizin, Department für  
Gesundheitswissenschaften und Biomedizin)**

## **107. Druckfehlerberichtigung**

### **Verordnung der Donau-Universität Krems über das Curriculum des Universitätslehrganges „Wirtschafts- und Organisationspsychologie“ (Master of Arts) an der Donau-Universität Krems (Fakultät für Gesundheit und Medizin, Department für Gesundheitswissenschaften und Biomedizin)**

#### **§ 1. Weiterbildungsziel**

Die Wirtschafts- und Organisationspsychologie stellt ein wichtiges Bindeglied im betrieblichen Ablauf von Unternehmen dar. Sie verbindet klassisches unternehmerisches Denken mit psychologischem Know-how. Ziel des Studiums ist die Vermittlung erforderlicher Fachkenntnisse und die Entwicklung von Fähigkeiten, um die psychologischen, wirtschaftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Zusammenhänge in der betrieblichen Praxis zu überblicken und mit gestalten zu können.

Aufgrund ihrer psychologischen und betriebswirtschaftlichen Kompetenzen sind die Absolventen in der Lage, Aufgaben im Bereich der Wirtschafts- und Organisationspsychologie problemübergreifend und interdisziplinär zu bearbeiten.

Wirtschaftspsychologen arbeiten z.B. als Personalentwickler, Personalreferent, Trainer, Coach, Weiterbildungsmanager oder Unternehmensberater. Darüber hinaus bieten sich Beschäftigungsmöglichkeiten in Marktforschungsinstituten, Werbeagenturen, PR Abteilungen von Unternehmen und Verbänden sowie in den verschiedensten öffentlichen Einrichtungen und Behörden.

#### **Lernergebnisse**

Die TeilnehmerInnen sollen psychologische Sicht- und Herangehensweisen identifizieren und diese von anderen psychologischen Disziplinen unterscheiden können. Sie sollen den Wert, die Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen psychologischer Diagnostik ableiten. Sie sollen grundlegende psychologische Wahrnehmungsmuster auf wirtschaftliche Gegebenheiten anwenden können. Die TeilnehmerInnen können erlernte Tools für einen interkulturell kompetenten Umgang mit kulturellen Unterschieden anwenden.

Die Studierenden sollen unterschiedliche Herangehens- und Interpretationsweisen zum Thema Finanzsystem, Geld, Irrationalität menschlicher Entscheidungen klassifizieren, sowie die Rolle von Gesundheit und Life-Balance in Bezug auf die Ökonomie reflektieren können.

Die TeilnehmerInnen können Bilanzen interpretieren und erkennen Optimierungspotentiale in diesen. Weiters erhalten Sie ein betriebswirtschaftliches Grundwissen im Kostenmanagement und sind dazu in der Lage, Ihr betriebliches Leistungsangebot entsprechend Ihren individuellen Zielsetzungen zu optimieren.

Die TeilnehmerInnen können, aufbauend auf den wichtigsten theoretischen Grundlagen, strukturiert berufspraktische Probleme im Bereich des Dienstleistungsmanagements analysieren.

Die TeilnehmerInnen gestalten konkrete arbeits- und organisationspsychologische Maßnahmen zur Entwicklung einer Organisation, deren Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Grenzen.

Handlungskompetenzen in marktpsychologischen Projekten, zur Beratung oder Intervention werden angewandt.

Befähigung der Studierenden zur eigenständigen Bewertung und kritischen Analyse verschiedener Werbeformen sowie die Schulung entsprechender Handlungskompetenzen in werbepsychologischen Projekten.

## **§ 2. Studienform**

Der Universitätslehrgang ist als berufsbegleitende Studienvariante mit Elementen des Blended Learning anzubieten.

## **§ 3. Lehrgangsleitung**

- (1) Als Lehrgangsleitung ist eine hierfür wissenschaftlich und organisatorisch qualifizierte Person zu bestellen.
- (2) Die Lehrgangsleitung entscheidet in allen Angelegenheiten des Lehrgangs, soweit sie nicht anderen Organen zugeordnet sind.

## **§ 4. Dauer**

In der berufsbegleitenden Variante umfasst der Universitätslehrgang fünf Semester mit 50 Semesterstunden zuzüglich der Verfassung einer Master-Thesis bzw. 120 ECTS Punkte. Würde das Studium in einer Vollzeitvariante angeboten, so dauerte es 4 Semester (120 ECTS Punkte).

## **§ 5. Zulassungsvoraussetzungen**

Voraussetzung für die Zulassung zum Universitätslehrgang ist

- (1) ein international anerkannter akademischer Studienabschluss einer Hochschule  
oder
- (2) Hochschulreife und eine mindestens vierjährige einschlägige Berufserfahrung und weitere berufliche Qualifikationen, wenn damit eine gleich zu haltende Eignung erreicht wird. Es können Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.  
Oder
- (3) bei fehlender Hochschulreife ein Mindestalter von 24 Jahren und die positive Beurteilung im Rahmen des Aufnahmeverfahrens, das von der Lehrgangsleitung festgesetzt wird und mindestens 8 Jahre einschlägige Berufserfahrung in qualifizierter Position wenn damit eine gleich zu haltende Eignung erreicht wird. Es können Aus- und Weiterbildungszeiten eingerechnet werden.

## **§ 6. Studienplätze**

- (1) Die Zulassung zum Universitätslehrgang erfolgt jeweils nach Maßgabe vorhandener Studienplätze.
- (2) Die Höchstzahl an Studienplätzen, die jeweils für einen Studiengang zur Verfügung steht, ist von der Lehrgangsleiterin oder dem Lehrgangsleiter nach pädagogischen und organisatorischen Gesichtspunkten festzusetzen.

## **§ 7. Zulassung**

Die Zulassung der Studierenden obliegt gemäß § 60 Abs.1 UG 2002 dem Rektorat.

## § 8. Unterrichtsprogramm

Das Unterrichtsprogramm setzt sich aus neun Fächern, einer Projektarbeit und einer Master-Thesis zusammen.

Fächer/Lehrveranstaltungen	Typ	UE	ECTS	WL
<b>1. Strategisches Management</b>		<b>60</b>	<b>9</b>	<b>225</b>
Grundlagen der Unternehmensführung	SE	20	3	
Management von Dienstleistungen	SE	20	3	
Strategie und Planung	SE	20	3	
<b>2. Organisationsmanagement und Personalmanagement</b>		<b>90</b>	<b>12</b>	<b>300</b>
Organisationsmanagement	SE	20	3	
Organisational Behaviour	SE	20	3	
Human Resource Management	SE	25	3	
Leadership	UE	25	3	
<b>3. Recht</b>		<b>45</b>	<b>6</b>	<b>150</b>
Wirtschaftsrecht	SE	15	2	
Arbeitsrecht	SE	15	2	
Bürgerliches Recht	SE	15	2	
<b>4. Wirtschafts- und Sozialforschung</b>		<b>45</b>	<b>8</b>	<b>200</b>
Methoden empirischer Wirtschafts- und Sozialforschung	SE	25	4	
Übungen zur empirischen Forschung	UE	20	4	
<b>5. Arbeits- und Organisationspsychologie</b>		<b>95</b>	<b>12</b>	<b>300</b>
Organisationsdiagnose	SE	20	3	
Organisationsberatung	SE	20	3	
Organisationsentwicklung, Changemanagement	SE	30	3	
Leistung in Organisationen	SE	25	3	
<b>6. Allgemeine Psychologie/Business Psychology</b>		<b>115</b>	<b>15</b>	<b>375</b>
Allgemeine Psychologie	SE	20	3	
Psychologische Diagnostik	SE	30	3	
Wirtschaftspsychologie 1	SE	25	3	
Wirtschaftspsychologie 2	SE	20	3	
Kommunikationspsychologie	SE	20	3	
<b>7. Markt- und Werbepsychologie/Konsumenten und Akteursverhalten</b>		<b>90</b>	<b>12</b>	<b>300</b>
Konsumentenverhalten	SE	20	3	
Werbe- und Verkaufspsychologie	SE	20	3	
Spezielle Fragen der Medienpsychologie	SE	20	3	
Übung Marketingkampagnen und Mediaplanung	UE	30	3	

<b>8. Rechnungswesen</b>		<b>30</b>	<b>4</b>	<b>100</b>
Kosten und Leistungsrechnung	SE	15	2	
Betriebliches Rechnungswesen	SE	15	2	
<b>9. Skills</b>		<b>90</b>	<b>12</b>	<b>300</b>
Umgang mit Störungen und Krisen	SE	50	6	
Interkulturelle Kompetenzen	SE	40	6	
<i>Module 1 - 9</i>		<i>660</i>	<i>90</i>	
Projektarbeit		90	10	250
Master-Thesis			20	500
<b>SEMESTERSTUNDEN / ECTS</b>		<b>750</b>	<b>120</b>	<b>3000</b>

### § 9. Lehrveranstaltungen

- (1) Die Lehrveranstaltungen sind von der Lehrgangsleitung jeweils für einen Lehrgang vor dessen Beginn in Form von Vorlesungen, Übungen, Seminaren oder Fernstudieneinheiten festzulegen und insbesondere in einer Informationsbroschüre kundzumachen.
- (2) Lehrveranstaltungen können, sofern pädagogisch und didaktisch zweckmäßig, als Fernstudieneinheiten angeboten werden. Dabei ist die Erreichung des Lehrzieles durch die planmäßige Abfolge von unterrichtlicher Betreuung und Selbststudium der Studierenden mittels geeigneter Lehrmaterialien sicherzustellen. Die Aufgliederung der Fernstudieneinheiten auf unterrichtliche Betreuung und Selbststudium, der Stundenplan und die vorgesehenen Lernmaterialien sind den Studierenden vor Beginn der Lehrveranstaltung in geeigneter Weise bekannt zu machen.

### § 10. Prüfungsordnung

Die Studierenden haben eine Abschlussprüfung abzulegen.

Die Abschlussprüfung besteht aus:

- (a) Schriftlichen und mündlichen Fachprüfungen über die Fächer 1-3, 5-9 und erfolgreicher Teilnahme an den Lehrveranstaltungen im Fach 4
- (b) der Verfassung und positiven Beurteilung einer von der Masterthesis unabhängigen und praxisbezogenen Projektarbeit und deren Präsentation
- (c) der Verfassung und positiven Beurteilung einer Master-These und deren Defensio

Leistungen, die an universitären oder außeruniversitären Einrichtungen erbracht wurden, können für die Abschlussprüfung anerkannt werden, wenn eine Gleichwertigkeit dieser Leistungen vorliegt. Eine Anerkennung in Bezug auf die Master-These ist nicht möglich.

Leistungen aus den Lehrgängen "Tourismus, Wellness- und Veranstaltungsmanagement", „Sport- und Eventmanagement“, „Social Management“, „Social Work“ sind bei Gleichwertigkeit anzuerkennen.

### **§ 11. Evaluation und Qualitätsverbesserung**

Die Evaluation und Qualitätsverbesserung erfolgt durch

- regelmäßige Evaluation aller Referenten durch die Studierenden sowie
- durch eine Befragung der AbsolventInnen und ReferentInnen sechs Monate nach Beendigung des Lehrgangs

und Umsetzung der aufgezeigten Verbesserungspotentiale.

### **§ 12. Abschluss**

(1) Nach erfolgreicher Ablegung der Abschlussprüfung ist dem/der Studierenden ein Abschlussprüfungszeugnis auszustellen.

(2) Der Absolventin oder dem Absolventen wird der akademische Grad Master of Arts (Wirtschafts- und Organisationspsychologie) – MA verliehen.

### **§ 13. Inkrafttreten**

Der vorliegende Curriculum tritt mit dem ersten Tag des Monats in Kraft, der auf die Kundmachung folgt.

Mag. Friedrich Faulhammer  
Rektor