

STUDIEN- ORDNUNG

Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie

Stand: 29.04.2026

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	2
§ 1 Zielsetzung des Studiengangs	3
§ 2 Abschlussgrad	3
§ 3 Aufbau des Studiengangs	3
§ 4 Sprache	3
§ 5 Anwendungs- /Forschungsorientiertes Praktisches Studienprojekt (PSP)	3
§ 6 Module	4
§ 7 Modulprüfungen	4
§ 8 Masterprüfung	5
§ 9 Modul Masterthesis	5
§ 10 Gewichtung der Modulprüfungen und der Masterthesis	5
§ 11 Doppelabschlussprogramme	7
§ 12 Inkrafttreten	7

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Modulübersicht	4
Tabelle 2: Modul- und Prüfungsübersicht	6
Tabelle 3: Modul- und Prüfungsübersicht (Fortsetzung)	7

Aufgrund § 8 Abs. 5 in Verbindung mit § 32 des Gesetzes über die Hochschulen in Baden-Württemberg (Landeshochschulgesetz - LHG) vom 1. Januar 2005 (GBl. S. 1), zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 11. Dezember 2025 (GBl. 2025 Nr. 139) hat der Senat der Hochschule für Technik Stuttgart am 29.04.2026 folgende Studienordnung beschlossen.

Die Zustimmung durch die Rektorin erfolgte am 29.04.2026.

§ 1 Zielsetzung des Studiengangs

Der Studiengang Wirtschaftspsychologie hat das Ziel, Studierenden auf Basis eines ersten Hochschulabschlusses aus dem Bereich Wirtschaft bzw. Psychologie eine überwiegend anwendungsorientierte wissenschaftliche Weiterqualifizierung zu ermöglichen. Der Studiengang Wirtschaftspsychologie bereitet auf Führungsaufgaben im mittleren und höheren Management ebenso vor wie auf Spezialist:innenfunktionen. Dabei wird eine Qualifikation für alle Bereiche in Wirtschaftsunternehmen, in Beratungsunternehmen, in Forschungseinrichtungen sowie im öffentlichen Dienst angestrebt.

§ 2 Abschlussgrad

Die Hochschule verleiht nach bestandener Masterprüfung den Mastergrad „Master of Science“, abgekürzt „M.Sc.“.

§ 3 Aufbau des Studiengangs

Der Studien- und Prüfungsplan gliedert sich gemäß Tabelle 1 in 13 Module. Für die Module des 3. Semesters und die Master-Thesis können von den Vorlesungszeiten abweichende Bearbeitungszeiten vorgegeben werden.

Die Regelstudienzeit beträgt 4 Semester einschließlich der Masterthesis.

§ 4 Sprache

Die Lehrveranstaltungen und die zugehörigen Prüfungen finden in deutscher und/oder englischer Sprache statt. Die Sprache einer Lehrveranstaltung wird im Modulhandbuch festgelegt. Die Masterthesis ist in deutscher oder englischer Sprache anzufertigen.

§ 5 Anwendungs- /Forschungsorientiertes Praktisches Studienprojekt (PSP)

Das Praktische Studienprojekt kann nur begonnen werden, wenn mindestens 50 Credit Points (CP) aus den Semestern 1 und 2 erworben worden sind.

Im Rahmen dieses Studienprojekts werden von den Studierenden akademisch angeleitete Praxisprojekte in geeigneten Unternehmen bzw. Forschungseinrichtungen bearbeitet. Ziel des Moduls ist der Erwerb von Erfahrungen zur Ergänzung und Anwendung der Lehrinhalte. Dabei sollen die Studierenden angeleitet werden, Problemstellungen aus Wirtschaft, Verwaltung und Forschung zu erkennen, Lösungsstrategien zu entwickeln und mit geeigneten Methoden zur Problemlösung beizutragen.

Weitere Details zu geeigneten Projekten, zur Dauer der Veranstaltungen, zu begleitend angebotenen Lehrveranstaltungen sowie zu notwendigen Nachweisen werden in der jeweils gültigen „Richtlinie für das Anwendungs-/ Forschungsorientierte Praktische Studienprojekt“ geregelt.

§ 6 Module

Insgesamt hat der Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie den in Tabelle 1 beschriebenen Umfang.

Es werden die Abkürzungen gemäß der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung verwendet.

ModulNr.	Modul	Sem.	CP	G	Prüfungen*
1010	Grundlagen Wirtschaftspsychologie <i>Fundamentals of Business Psychology</i>	1	6	0	REF
1020	Social Data Science <i>Social Data Science</i>	1	6	6	STA
1030	Corporate Finance & Governance <i>Corporate Finance & Governance</i>	1	5	5	KLA
1040	Marketing & Konsumentenpsychologie I <i>Marketing & Consumer Psychology I</i>	1	5	9	STA/ KLA
1050	Psychologische Aspekte Organisationalen Verhaltens I <i>Psychological Aspects of Organizational Behavior I</i>	1	8	12	STA + KLA
2010	Advanced Social Data Science <i>Advanced Social Data Science</i>	2	8	8	KLA
2020	Entscheidungsbildung, Behavioral Finance & Risikomanagement <i>Decision-Making, Behavioral Finance & Risk Management</i>	2	5	5	STA
2030	Innovation & Strategie <i>Innovation & Strategy</i>	2	4	4	STA
2040	Marketing & Konsumentenpsychologie II <i>Marketing & Consumer Psychology II</i>	2	8	12	STA
2050	Psychologische Aspekte Organisationalen Verhaltens II <i>Psychological Aspects of Organizational Behavior II</i>	2	5	9	STA
3010	Anwendungs-/Forschungsorientiertes PSP <i>Practice-/ Research-oriented Study Project</i>	3	22	0	REF
3020	Wirtschaftspsychologisches Forschungsprojekt <i>Business Psychological Research Project</i>	3	8	0	STA
8999	Masterthesis <i>Master Thesis</i>	4	30	30	MA
Summe			120	100	

Tabelle 1: Modulübersicht

* Die aufgeführten Prüfungen werden teilweise additiv, teilweise alternativ durchgeführt (Details siehe Tabelle 2)

§ 7 Modulprüfungen

Jedes Modul wird mit einer Modulprüfung abgeschlossen. Eine Modulprüfung besteht aus einer oder mehreren Prüfungsleistungen.

§ 8 Masterprüfung

Die Masterprüfung besteht aus den in Tabelle 1 enthaltenen Modulprüfungen und der Masterthesis. Die Masterprüfung ist bestanden, wenn jede Modulprüfung und die Masterthesis mindestens mit ausreichend bewertet sind. Details zu den Modulprüfungen ergeben sich aus Tabelle 2.

§ 9 Modul Masterthesis

Das Modul Masterthesis besteht aus der Masterabschlussarbeit und dem Masterkolloquium.

Mit der Bearbeitung der Masterthesis kann nur begonnen werden, wenn mindestens 80 Credit Points (CP) erworben worden sind.

Die Masterthesis ist eine wissenschaftliche Abschlussarbeit. Mit der Masterthesis sollen die Kandidaten zeigen, dass sie in der Lage sind, ihr im Studium erlerntes Wissen und ihre Fertigkeiten auf ein praktisches Problem aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie anzuwenden.

Während der Bearbeitung der Masterthesis lösen die Studierenden in der Regel problemorientierte Aufgaben, indem sie den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Diskussion und vorhandene Informationen zusammentragen, evaluieren, mit empirisch gewonnenen Erkenntnissen kombinieren und dadurch die Fragestellung beantworten. Dabei sollen analytische sowie Zeit- und Selbstmanagementfähigkeiten weiterentwickelt werden.

Die Bearbeitungszeit für die Masterthesis beträgt 4 Monate. Sie ist in digitaler Form (inklusive Anhänge) abzugeben. Der Textteil der Masterabschlussarbeit sollte einen Umfang von 15.000 Worten (+/- 10%) nicht überschreiten. Quellenangaben im Text werden dabei nicht mitgezählt. Die Masterabschlussarbeit inkl. aller Anhänge (z.B. Datensätze, Transkripte, Fragebögen, Materialien) ist innerhalb der zulässigen Bearbeitungsfrist in elektronischer Form über Moodle beim Studiengang einzureichen. Bei der Abgabe ist zusätzlich schriftlich zu versichern, dass die Arbeit – bei einer Gruppenarbeit der entsprechend gekennzeichnete Anteil der Arbeit – selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden. Weitere Details zu den Anforderungen an die Masterthesis werden in der jeweils gültigen „Richtlinie zur Erstellung der Masterthesis“ geregelt.

Die Masterthesis wird von zwei Prüfer:innen bewertet. Um das gesamte Modul Masterthesis erfolgreich abschließen zu können, müssen die Masterthesis und das Masterkolloquium bestanden sein.

Im Kolloquium sollen die Studierenden ihre Masterthesis und ihre daraus gewonnenen Erkenntnisse vertreten. Es besteht aus einem Vortrag und einer Diskussion, bei der die Studierenden Fragen aus dem Plenum beantworten. Das Kolloquium ist hochschulöffentlich. Sofern die Arbeit vertrauliche Informationen enthält, ist die Öffentlichkeit auszuschließen.

§ 10 Gewichtung der Modulprüfungen und der Masterthesis

Die Gesamtnote der Masterprüfung wird als gewichtetes arithmetisches Mittel aller Modulnoten berechnet. Die Gewichte ergeben sich aus Tabelle 1.

Es werden die Abkürzungen gemäß der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung verwendet, bei der Prüfungsleistung (PL) Klausur (KLA) gibt die nachstehende Zahl die Dauer der PL in Minuten an. Mit Schrägstrich getrennte PL (z.B. STA/ KLA 90) stellen alternative Prüfungsformen dar. Sofern alternative PL vorgesehen sind, wird die im jeweiligen Semester geltende Form spätestens bei Beginn der Veranstaltung festgelegt und den Studierenden durch den Dozenten/die Dozentin bekannt

gegeben. Mit einem Pluszeichen verbundene PL (z.B. STA+ KLA) geben an, dass für dieses Modul beide PL erbracht werden müssen. Zusätzlich wird die Gewichtung (G) des Moduls für die Abschlussnote bzw. teilweise auch innerhalb eines Moduls der Prüfungsleistung für die Modulnote ausgewiesen.

Modulname		Typ	SWS	CP	SL	PV	PV für	PL*	G	Semester				
1. Studienjahr														
1010	Grundlagen Wirtschaftspsychologie - <i>Fundamentals of Business Psychology</i>			6	REF+ STA				0					
1011	Wirtschaftspsychologischer Literaturkurs - <i>Reading Course Business Psychology</i>	V+IÜ	1	5	REF					X				
1012	Psychologische Schlüsselqualifikation - <i>Psychological Key Qualification</i>	S	1	1	STA					X				
1020	Social Data Science - <i>Social Data Science</i>			6	STA				6					
1021	Social Data Science - <i>Social Data Science</i>	V+IÜ	2	4						X				
1022	Internationales Projektmanagement - <i>International Project Management</i>	V+IÜ	2	2	STA					X				
1030	Corporate Finance & Governance - <i>Corporate Finance & Governance</i>			5	KLA60				5					
1031	Unternehmensbewertung & Finanzmodelle - <i>Valuation & Financial Modeling</i>	V+IÜ	2	4						X				
1032	Wirtschaftsethik - <i>Business Ethics</i>	S	1	1	STA					X				
1040	Marketing & Konsumentenpsychologie I - <i>Marketing & Consumer Psychology I</i>			5	STA/ KLA 90				9					
1041	Markt- & Kundenverständnis - <i>Market Intelligence and Consumer Understanding</i>	V+IÜ	2	5						X				
1050	Psychologische Aspekte Organisationalen Verhaltens I - <i>Psychological Aspects of Organizational Behavior I</i>			8	STA + KLA 60				12					
1051	Psychologische Beratungskonzepte & Interventionen - <i>Psychological Consulting Concepts & Interventions</i>	V+IÜ	2	4	STA				6	X				
1052	Führung - <i>Leadership</i>	V+IÜ	2	4	KLA 60				6	X				
2010	Advanced Social Data Science - <i>Advanced Social Data Science</i>			8	KLA 90				8					
2011	Advanced Social Data Science - <i>Advanced Social Data Science</i>	V+IÜ	2	4							X			
2012	Fortgeschrittene Qualitative Forschungsmethoden - <i>Advanced Qualitative Research Methods</i>	V+IÜ	2	4							X			
2020	Entscheidungsbildung, Behavioral Finance & Risikomanagement - <i>Decision-Making, Behavioral Finance & Risk Management</i>			5	STA				5					
2021	Entscheidungsbildung, Behavioral Finance & Risikomanagement - <i>Decision-Making, Behavioral Finance & Risk Management</i>	V+IÜ	2	5							X			
2030	Innovation & Strategie - <i>Innovation & Strategy</i>			4	STA				4					
2031	Innovation & Strategie - <i>Innovation & Strategy</i>	S	2	4							X			
2040	Marketing & Konsumentenpsychologie II - <i>Marketing & Consumer Psychology II</i>			8	STA				12					
2041	Psychologische Markenführung & Kommunikation - <i>Psychological Brand Management & Communication</i>	V+IÜ	2	4	-				6	X				
2042	Methoden der Konsumentenforschung - <i>Methods of Consumer Research</i>	V+IÜ	2	4	-				6	X				
2050	Psychologische Aspekte Organisationalen Verhaltens II - <i>Psychological Aspects of Organizational Behavior II</i>			5	STA				9					
2051	Gestaltung komplexer Veränderungsprozesse - <i>Managing Complex Change Processes</i>	V+IÜ	2	5							X			

Tabelle 2: Modul- und Prüfungsübersicht

* Die aufgeführten Prüfungen werden teilweise additiv (+), teilweise alternativ (/) durchgeführt

Modulname				Typ	SWS	CP	SL	PV	PV für	PL*	G	Semester				
2. Studienjahr																
3010	Anwendungs-/Forschungsorientiertes-PSP - <i>Practice-/Research-oriented Study Project</i>					22	REF				0					
3011	Anwendungs-/Forschungsorientiertes-PSP (40 Tage) I - <i>Practice-/Research-oriented Study Project</i>			P		10	STA 3010							X		
3012	Anwendungs-/Forschungsorientiertes-PSP (40 Tage) II - <i>Practice-/Research-oriented Study Project</i>			P		10	STA 3010							X		
3013	Begleitveranstaltung PSP - <i>Accompanying Seminar for Study Project</i>			S	2	2	REF							X		
3020	Wirtschaftspsychologisches Forschungsprojekt - <i>Business Psychological Research Project</i>					8	STA				0					
3021	Wirtschaftspsychologisches Forschungsprojekt - <i>Business Psychological Research Project</i>			S	2	7								X		
3022	Einblicke in die Forschungspraxis - <i>Research Practice</i>			PA		1	LAB							X		
8999	Masterthesis - <i>Master-Thesis</i>					30	MA				30					
8100	Masterkolloquium - <i>Master Colloquium</i>			S	2	4	REF				10			X		
8200	Masterabschlussarbeit - <i>Master Project</i>			PA		26					20			X		

Tabelle 2: Modul- und Prüfungsübersicht (Fortsetzung)

* Die aufgeführten Prüfungen werden teilweise additiv (+), teilweise alternativ (/) durchgeführt

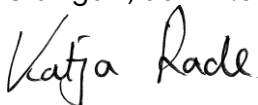
§ 11 Doppelabschlussprogramme

- Für Doppelabschlussprogramme gelten entsprechend den Kooperationsvereinbarungen zwischen dem Studienbereich Wirtschaft der Hochschule für Technik Stuttgart und der ausländischen Partnerhochschulen abweichend von den Bestimmungen dieser SPO die in §12 Abschnitt b und c genannten Regelungen.
- Studierende, die in dem in den Kooperationsvereinbarungen genannten Studiengang eingeschrieben sind, verbringen mindestens je ein Semester an der HFT Stuttgart und an der Partnerhochschule und erbringen entsprechend der an der jeweiligen Hochschule gültigen Prüfungsordnung Leistungen im Umfang der im Studienplan des jeweiligen Semesters vorgesehenen Credit Points. Die Masterthesis wird von Prüfern beider Hochschulen gemeinsam gestellt und bewertet (Joint-Thesis). Die an der auswärtigen Hochschule gemäß gültigen Studienplans erbrachten Leistungen werden in Stuttgart vollständig angerechnet. Sie ermöglichen den Erwerb der Abschlüsse beider Hochschulen (Double Degree).
- Ein gemäß der Kooperationsvereinbarungen zu bildender Ausschuss ist für die Umsetzung der jeweiligen Doppelabschlussprogramme, die Erstellung abgestimmter Studienpläne sowie die Auswahl der Studierenden zuständig und schlägt vor, in welchem Semester an welcher Hochschule studiert wird. Die Studienpläne werden nach positiver Stellungnahme der Studienkommission in Kraft gesetzt.

§ 12 Inkrafttreten

Die vorstehende Studienordnung tritt mit Wirkung zum Wintersemester 2026/27 in Kraft.

Stuttgart, den 29.04.2026



Prof. Dr. Katja Rade
Rektorin

Bekanntmachungsnachweis
Aushang am:
Abgenommen am:
In Kraft getreten am:

Beurkundung: