

Märkte und Psychologie

Konsumentenpsychologie und Marktforschung - interdisziplinär und praxisnah

Der Masterstudiengang Konsumentenpsychologie und Marktforschung an der Hochschule Harz ergänzt und vertieft einen Bachelorabschluss mit Ausrichtung auf Marketing und Marktforschung. Der konsekutive Studiengang ist verhaltenswissenschaftlich orientiert und untersucht u.a. das Verhalten der Menschen in der Rolle als (potentieller) Kunde und Konsument. Der Studiengang fokussiert Anwendungen im Dienstleistungssektor sowie der sensorischen Produktforschung. Diese ist in den letzten Jahren im Konsumgüterbereich zu einem wichtigen Baustein des Markterfolgs geworden.

Praktisch verwertbare Modelle und Instrumente entwickeln und anwenden

Im Studium werden neben fachlichem Knowhow auch Schlüsselkompetenzen, wie z. B. psychologische Verhandlungsführung oder der Umgang mit Entscheidungssituationen bzw. komplexen Problemen, vermittelt. Unseren Dozenten ist es wichtig, dass unsere Studierenden ihr angeeignetes Wissen auch praktisch umsetzen. Dafür bieten wir ihnen ein reines Praxissemester, in dem die Studierenden sowohl forschungs- als auch marktpsychologische Projekte absolvieren.

Verhalten von Menschen wissenschaftlich erforschen

Der Studiengang wird in zwei Studienvarianten mit 3 bzw. 4 Semestern angeboten. Damit können sowohl Absolventen eines 6-semesterigen Bachelorstudiengangs (mit 180 Kreditpunkten) als auch Absolventen eines 7-semesterigen Bachelorstudiengangs (mit 210 Kreditpunkten) mit diesem Studiengang ihre Ausbildung nahtlos fortsetzen. Der Masterstudiengang Konsumentenpsychologie und Marktforschung erfüllt den Bedarf an einer verhaltenswissenschaftlich orientierten Konsumforschung. Er kombiniert anspruchsvolle Methodik mit aktuellen wissenschaftlichen Einsichten in das Verhalten von Individuen im Markt.

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN

4-semesterige Studienvariante:

Hochschulstudium mit 180 Kreditpunkten (ECTS) und psychologischer, wirtschaftswissenschaftlicher oder wirtschaftspsychologischer Ausrichtung, abgeschlossen mindestens mit der Note „gut“

3-semesterige Studienvariante:

Hochschulstudium mit 210 Kreditpunkten (ECTS) und psychologischer, wirtschaftswissenschaftlicher oder wirtschaftspsychologischer Ausrichtung, abgeschlossen mindestens mit der Note „gut“

für beide Studienvarianten:

- fundierte Kenntnisse der englischen Sprache
- Sofern Deutsch nicht die Muttersprache des Bewerbers ist, sind ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache nachzuweisen.

STUDIENZEIT UND ABSCHLUSS

Für den Studiengang sind 3 bzw. 4 Semester je nach Studienvariante vorgesehen. Der Abschluss ist ein Master of Science (M.Sc.)

BEWERBUNG, KOSTEN, FRISTEN

Der Studiengang Konsumentenpsychologie und Marktforschung ist zulassungsbeschränkt. Es handelt sich um einen konsekutiven Studiengang, für den keine Studiengebühren anfallen.

Bewerbungsschluss für das Wintersemester (4-semesterige Studienvariante):

- 15. Juli desselben Jahres

Bewerbungsschluss für das Sommersemester (3-semesterige Studienvariante):

- 15. Januar desselben Jahres

Zu allen Bewerbungsfragen finden Sie Informationen unter www.hs-harz.de.



BERUFLICHE ZUKUNFT

Der Studiengang bereitet auf unterschiedliche Tätigkeiten in den Unternehmensbereichen „Marketing“ und „Marktforschung“ vor. Die beruflichen Perspektiven ergeben sich aus dem Zusammenspiel des Masterstudiums mit einem passenden Bachelorstudiengang. Beide ergänzen sich zu einer umfassenden Ausbildung in wirtschaftswissenschaftlichen, psychologischen und methodischen Inhalten. Es bieten sich damit berufliche Positionen in Marketing- und Marktforschungsabteilungen von Unternehmen in den unterschiedlichsten Märkten an. Ebenso prädestiniert der Abschluss für Tätigkeiten in spezialisierten Marketing- und Marktforschungsunternehmen als Analytiker oder Berater.

STUDIENINHALTE AM BEISPIEL DER 4-SEMESTRIGEN STUDIENVARIANTE

1. Semester: **Das Einführungssemester**

Das erste Semester dient dem Erwerb von erweiterten Grundlagenkenntnissen aus der Psychologie, der Wirtschaft und der Methodenlehre, ausgerichtet speziell auf den Bereich „Konsumenten und Märkte“.

Es umfasst als Inhalte:

- Werbe- und Konsumentenpsychologie
- Konsumgütermarketing
- Quantitative Marktforschung
- Ethik im Marketing und in der Marktforschung
- Rechtliche Aspekte des Marketings und der Marktforschung
- ein Empirieprojekt
- Zwei Wahlpflichtfächer (mit denen individuelle Lücken in den Vorkenntnissen geschlossen werden können)

2. Semester: **Das Theoriesemester**

Das zweite Semester vertieft die Kenntnisse aus dem Bereich „Konsumenten und Märkte“ mit spezifischen Veranstaltungen und vermittelt darüber hinaus auch fachübergreifende Schlüsselkompetenzen.

Es beinhaltet:

- Verhandeln (Psychologische Verhandlungsführung und Spieltheorie)
- Konsumentenverhalten über die Lebensspanne (Grundlagen der Entwicklungspsychologie und Qualitative Zielgruppenanalyse)
- Dienstleistungsmarktforschung (Unternehmensreputation/ Markenstärke und Übungsseminar zur Dienstleistungsmarktforschung)
- Sensorik und Konsumentenverhalten (Grundlagen der sensorischen Produktforschung und Sensorisches Produktmanagement)
- Zwei Module „Ergänzende Schlüsselkompetenzen“ – Diese umfassen zurzeit Veranstaltungen zu Entscheidungsmodellen und komplexem Problemlösen



3. Semester: **Das Projektsemester**

Im dritten Semester werden ein Forschungs- und ein marktpsychologisches Projekt durchgeführt. Diese Projekte können von den Studierenden allein oder als Gruppe absolviert werden.

4. Semester: **Das Mastersemester**

Das vierte Semester dient dem Abfassen der Masterarbeit, die im Rahmen eines Masterkolloquiums verteidigt wird.

Bei der **3-semesterigen Studienvariante** entfällt das Einführungssemester. Die übrigen Semester sind identisch.

KONTAKT

www.hs-harz.de
Hochschule Harz, Friedrichstraße 57-59, 38855 Wernigerode

Studienberatung **Margret Wachsmuth**

Tel.: +49 3943 – 659-127, WhatsApp: 0173 397 6278
E-Mail: studienberatung@hs-harz.de

Ansprechpartner **Studiengangskoordinator**

Prof. Dr. Frank Lammers
Tel.: +49 3943-659-243, Fax: +49 3943 – 659-299
E-Mail: flammers@hs-harz.de



▲ **Hochschule Harz**
Hochschule für angewandte
Wissenschaften

**Konsumentenpsychologie
und Marktforschung**

Master of Science

FB Wirtschaftswissenschaften

