

---

# Verkündungsblatt

der Hochschule Hamm-Lippstadt – Amtliche Mitteilungen

---

Jahrgang 10

Hamm/Lippstadt, den 31. Oktober 2018

Seite 78

Nr. 24

---

**Fachprüfungsordnung  
(Studiengangsspezifische Bestimmungen)  
für den Master-Studiengang**

**„Intercultural Business Psychology“ an der Hochschule  
Hamm-Lippstadt vom 08.10.2018**

Aufgrund des § 2 Absatz 4 und des § 64 Absatz 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz –HG) vom 16.09.2014 (GV. NRW. S. 547), hat die Hochschule Hamm-Lippstadt die folgende Fachprüfungsordnung erlassen. Diese Ordnung gilt nur in Verbindung mit der Rahmenprüfungsordnung für die Master-Studiengänge an der Hochschule Hamm-Lippstadt.

**§ 1 ZIEL DES STUDIUMS**

- (1) Der Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology“ ist ein international ausgerichteter englischsprachiger Studiengang.
- (2) Das Ziel des Master-Studiengangs „Intercultural Business Psychology“ ist es, die in dem vorangegangenen Studiengang erworbenen Kompetenzen (siehe §3) durch wissenschaftliches Arbeiten mit hohem Anwendungsbezug zu vertiefen, auf den interkulturellen Kontext anzuwenden, sowie in einem Schwerpunkt (Work and Organizational Psychology, Market and Consumer Psychology, oder Economic Psychology) forschungs- und anwendungsorientierte Kenntnisse zu erlangen.
- (3) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt menschliches Erleben und Verhalten in Wirtschaftskontexten in unterschiedlichen Kulturen eigenständig zu erfassen und zu analysieren, sowie Konzepte und Maßnahmen zur Optimierung und Veränderung dieses Erlebens und Verhaltens zu entwickeln.
- (4) Ein Schwerpunkt des Masters liegt auf der Vermittlung vertiefender Methoden der Wirtschaftspsychologie, welche Studierende befähigen, relevante arbeitspraktische Fähigkeiten evidenzbasiert anzuwenden.
- (5) Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt gesellschaftliche und wirtschaftliche Verantwortung im interkulturellen Kontext zu übernehmen. Sie können die eigene kulturelle Prägung und den Umgang mit anderen Kulturen reflektieren und die ethischen Grundlagen von Wirtschaft und Gesellschaft kritisch hinterfragen.

**§ 2 AKADEMISCHER GRAD**

Nach bestandener Masterprüfung verleiht die Hochschule Hamm-Lippstadt im Studiengang „Intercultural Business Psychology“ den akademischen Grad „Master of Science“ (M. Sc.). Darüber wird eine Urkunde ausgestellt.

**§ 3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN**

- (1) Voraussetzung für die Zulassung zum Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology“ für die Einschreibung ist ein berufsqualifizierender Abschluss im Studiengang „Interkulturelle Wirtschaftspsychologie (B. Sc.)“ der Hochschule Hamm-Lippstadt oder in einem fachlich vergleichbaren Studiengang mit einer Regelstudienzeit von mindestens 7 Semestern, der mit einem Bachelor of Science (B. Sc.) oder einem vergleichbaren berufsqualifizierenden Abschluss erfolgreich beendet worden ist. Der vorausgegangene Studiengang muss dabei einen Mindestumfang von 210 ECTS Kreditpunkten vorweisen und mit einer Mindestnote von 1,5 abgeschlossen worden sein. Falls diese Kreditpunkte nicht vorliegen, können diese durch Belegen zusätzlicher Module des Bachelorstudiengangs „Interkulturelle Wirtschaftspsychologie“ nachgeholt werden. Im Einzelfall entscheidet der Prüfungsausschuss über erforderliche Maßnahmen.  
Fachlich vergleichbar im Sinne von Satz 1 ist ein psychologischer bzw. wirtschaftspsychologischer Studiengang an einer deutschen oder ausländischen Hochschule, welcher folgende Kriterien erfüllt:
  - a) 36 ECTS (Leistungspunkte) in Grundendisziplinen der Psychologie (Themenfelder: Allgemeine Psychologie 1, Allgemeine Psychologie 2, Sozialpsychologie, Entwicklungspsychologie, Differenzielle und Persönlichkeitspsychologie und Biologische Psychologie), und
  - b) 36 ECTS in Methodenlehre (davon mindestens 15 ECTS im Bereich Diagnostik, Testkonstruktion oder Faktorenanalyse und 15 ECTS im Bereich Statistik, Ökonometrie oder Quantitative Methoden).
- (2) Weitere Voraussetzung für den Zugang zum Masterstudiengang „Intercultural Business Psychology“ ist der Nachweis ausreichender Kenntnisse der englischen Sprache auf der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens mittels

eines entsprechenden Zertifikats. Der Nachweis hat durch einen der folgenden erfolgreich bestandenen äquivalenten Tests zu erfolgen:

- a) Cambridge English Advanced: mindestens Grade B,
- b) Cambridge English Proficiency: Grade A-C,
- c) IELTS (academic): mindestens 7.0 Punkte,
- d) TOEFL (iBT): mindestens 100 Punkte (TOEFL ID Code: 4782),
- e) TOEIC: 490-495 Punkte (listening), 455-495 Punkte (reading),
- f) Zertifikat UNICert III.

**§ 4 REGELSTUDIENZEIT, UMFANG DES ZUABSOLVIERENDEN MODULANGEBOTS**

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt in der Vollzeitvariante drei Semester und in der Teilzeitvariante sechs Semester. Das durchschnittliche Studienvolumen umfasst 30 ECTS pro Semester der Regelstudienzeit in der Vollzeitvariante und durchschnittlich 15 ECTS pro Semester der Regelstudienzeit in der Teilzeitvariante. Für die gesamte Arbeitsbelastung des Studiums einschließlich der Präsenzzeiten, Vor- und Nachbereitungen sowie der Masterarbeit werden insgesamt 90 ECTS vergeben. Davon entfallen 40 ECTS auf den Pflichtbereich innerhalb der ersten beiden Semester sowie 20 ECTS auf den Schwerpunkt und 30 ECTS auf die Masterarbeit. Der Studienverlauf mit den einzelnen Angaben zu den Modulen und den zu vergebenden ECTS ist als Modulplan Bestandteil dieser Fachprüfungsordnung.
- (2) Das Studium kann zum Sommersemester oder zum Wintersemester aufgenommen werden.

**§ 5 MASTERPRÜFUNG**

Die Masterprüfung für den Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology (M. Sc.)“ besteht aus:

- (1) Einem **Pflichtbereich** mit 70 ECTS und Modulprüfungen in den Modulen

|   |         |
|---|---------|
| a) Cross-Cultural Psychology: Research          | 5 ECTS  |
| b) Multivariate Methods                         | 5 ECTS  |
| c) Psychological Assessment – Decision Making   | 5 ECTS  |
| d) Ethics                                       | 5 ECTS  |
| e) Cross-Cultural Psychology: Application       | 5 ECTS  |
| f) Evaluation                                   | 5 ECTS  |
| g) Diagnostics: Test Theory + Test Construction | 5 ECTS  |
| h) Project Module                               | 5 ECTS  |
| i) Master's Thesis                              | 30 ECTS |

- (2) Einem **Wahlpflichtbereich** mit 20 ECTS. Die Studierenden belegen aus der dieser Fachprüfungsordnung als Anlage beigefügten Liste von Wahlpflichtmodulen insgesamt zwei Wahlpflichtmodule mit einem Gesamtumfang von 20 ECTS. Diese Wahlpflichtmodule werden jeweils einem der folgenden Wahlpflicht-

profilen zugeordnet: „Work and Organizational Psychology“, „Market and Consumer Psychology“, und „Economic Psychology“.

Das Wahlpflichtprofil kann zum Abschluss des Studiums auf dem Zeugnis separat ausgewiesen werden, wenn alle Wahlpflichtmodule aus dem entsprechenden Wahlpflichtprofil erfolgreich abgeschlossen wurden.

**§ 6 MODULPLAN**

Es gilt der folgende Modulplan für das Vollzeitstudium:



Es gilt der folgende Modulplan für das Teilzeitstudium:



**§ 7 IN-KRAFT-TRETEN**

Diese Fachprüfungsordnung für den Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology (M. Sc.)“ tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden des genannten Master-Studiengangs, die ihr Studium ab Sommersemester 2019 aufgenommen haben.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Departmentrats des Departments Hamm 2 vom 08.10.2018.

Hamm, den 31.10.2018

gez. Prof. Dr. Klaus Zeppenfeld  
Präsident der Hochschule Hamm-Lippstadt

**Anlage**

**zur Fachprüfungsordnung (Studiengangsspezifische Bestimmungen gemäß § 5 (2)) für den Master-Studiengang „Intercultural Business Psychology“ an der Hochschule Hamm-Lippstadt**

Wahlpflichtmodule Wahlpflichtprofil “Work and Organizational Psychology”

|  | <b>CP</b> | <b>Angebot im Semester</b> |
|--|-----------|----------------------------|
| WORKAND<br>ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 1 | 10        | Sommersemester             |
| WORKAND<br>ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY 2 | 10        | Wintersemester             |

Wahlpflichtmodule Wahlpflichtprofil “Market and Consumer Psychology”

|                                    | <b>CP</b> | <b>Angebot im Semester</b> |
|------------------------------------|-----------|----------------------------|
| MARKET ANDCONSUMER<br>PSYCHOLOGY 1 | 10        | Sommersemester             |
| MARKET ANDCONSUMER<br>PSYCHOLOGY 2 | 10        | Wintersemester             |

Wahlpflichtmodule Wahlpflichtprofil “Economic Psychology”

|                       | <b>CP</b> | <b>Angebot im Semester</b> |
|-----------------------|-----------|----------------------------|
| ECONOMIC PSYCHOLOGY 1 | 10        | Sommersemester             |
| ECONOMIC PSYCHOLOGY 2 | 10        | Wintersemester             |