

Märkte und Psychologie

Konsumentenpsychologie und Marktforschung - interdisziplinär und praxisnah

Das Master-Studium Konsumentenpsychologie und Marktforschung an der Hochschule Harz ergänzt und vertieft einen Bachelor-Abschluss mit einer Ausrichtung auf Marketing und Marktforschung. Der konsekutive Studiengang ist verhaltenswissenschaftlich orientiert und untersucht u.a. das Verhalten von Menschen in der Rolle als (potentieller) Kunde und Konsument. Der Studiengang fokussiert auf Anwendungen im Dienstleistungssektor sowie der sensorischen Produktforschung. Eine wichtige Rolle spielt außerdem die Marktforschung mit Eye-Tracking-Systemen der neuesten Generation. Eye-Tracking und sensorische Produktforschung sind in den letzten Jahren im Konsumgüterbereich zu wichtigen Bausteinen des Markterfolgs geworden.

Praktisch verwertbare Modelle und Instrumente entwickeln und anwenden

Im Studium werden neben fachlichem Know-How auch Schlüsselkompetenzen, wie z. B. psychologische Verhandlungsführung oder der Umgang mit Entscheidungssituationen bzw. komplexen Problemen vermittelt. Unseren Dozentinnen und Dozenten ist es wichtig, dass die Studierenden ihr angeeignetes Wissen auch praktisch umsetzen. Dafür bieten wir ihnen ein reines Praxissemester, in dem sie sowohl ein Forschungs- als auch ein marktpsychologisches Projekt absolvieren.

Verhalten von Menschen wissenschaftlich erforschen

Der Studiengang wird in zwei Studienvarianten mit drei bzw. vier Semestern angeboten. Damit können sowohl Absolventen eines 6-semesterigen Bachelor-Studiengangs (mit 180 Kreditpunkten) als auch Absolventen eines 7-semesterigen Bachelor-Studiengangs (mit 210 Kreditpunkten) ihre Ausbildung nahtlos fortsetzen. Der Master-Studiengang 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

für die 4-semesterige Studienvariante:

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

für die 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 drei bzw. vier 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 Master-Studiums mit einem passenden Bachelor-Studiengang. 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:

- Marktforschung mit Eye-Tracking
- 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 zur Zeit Veranstaltungen u. a. zu Entscheidungsmodellen, komplexem Problemlösen, psychologischer Verhandlungsführung oder Spieltheorie

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 Master-Semester**

Das vierte Semester dient dem Abfassen der Master-Arbeit, die im Rahmen eines Kolloquiums 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

Studiengangskoordinator

Prof. Dr. Georg Felser

Tel.: +49 3943-659-261

E-Mail: gfelser@hs-harz.de



▲ **Hochschule Harz**
Hochschule für angewandte
Wissenschaften

**Konsumentenpsychologie
und Marktforschung**

Master of Science

FB Wirtschaftswissenschaften

