



HOCHSCHULE HEILBRONN

Nachstehende Studien- und Prüfungsordnung
wurde geprüft und in der 404. Sitzung des Senats
am 09.12.2020 verabschiedet.

Nur diese Studien- und Prüfungsordnung ist daher
verbindlich!

Prof. Dr. Ulrich Brecht
Prorektor Studium und Lehre

Studien- und Prüfungsordnung

B. Besonderer Teil

§ 30

Masterstudiengang Digital Business Psychology (DIBSY) Vom 24.06.2020

1. Studienaufbau

1.1 Gesamtumfang

Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen beträgt 420 Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 Min.) und führt zum Erwerb von 90 ECTS. Die Lehrveranstaltungen werden berufsbegleitend durchgeführt. Die Regelstudienzeit beträgt 4 Semester.

1.2 Gliederung des Studiums

Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen und die zugehörigen Studien- und Prüfungsleistungen ergeben sich aus der **Tabelle 1-6**. Dabei sind die Lehrveranstaltungen einzelnen Modulen zugeordnet. ECTS-Credits geben den durchschnittlichen studentischen Arbeitsaufwand (Workload) wieder und werden gemäß dem europäischen Kreditpunktesystem ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) gemessen (ECTS-Punkte, ECTS Kreditpunkte).

1.3 Sprache

Die Veranstaltungen und Prüfungen finden in deutscher oder englischer Sprache statt. Die Festlegung erfolgt gemäß § 3 Abs. 4 des Allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung für berufsbegleitende Masterstudiengänge mit einer Regelstudiendauer von vier Semestern durch den zuständigen Prüfungsausschuss.

2. Masterstudium

Studium und Prüfungsleistungen

Die Veranstaltungen des Masterstudiums sind in den nachfolgenden Tabellen 1-6 wiedergegeben:

Tabelle1: Studien- und Prüfungsleistungen im 1. Semester

Sem.	Lehrveranstaltung M.A. Digital Business Psychology					Prüfungsleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang Der Lehrveranstaltungsstunden	Art	Dauer in Min.	
1	560210	M1.1	Allgemeine- & Sozialpsychologische Aspekte des Managements		30	1 PK	120	6
	560211	M1.1.1	Entwicklungspsychologie & Persönlichkeit	V/Ü	10			2
	560212	M1.1.2	Sozialpsychologie	V/Ü	10			2
	560213	M1.1.3	Werbe- & Verkaufspsychologie	V/Ü	10			2
	560310	M1.2	General Management		30	1 PR	45	6
	560311	M1.2.1	Mensch & Ethik	V/Ü	10			2
	560312	M1.2.2	Management zwischen Wandel und Nachhaltigkeit	V/Ü	10			2
	560313	M1.2.3	Management digitaler Wertschöpfungsprozesse	V/Ü	10			2
	560410	M1.3	Forschungsmethoden		30	1 PK	120	6
	560411	M1.3.1	Grundlagen empirischer Forschung	V/Ü	10			2
	560412	M1.3.2	Qualitative Forschungsmethoden	V/Ü	10			2
	560413	M1.3.3	Quantitative Forschungsmethoden	V/Ü	10			2
	560510	M1.4	Praxisprojekt & Wissenschaftliches Arbeiten		20	1 PA	45	5
	560511	M1.4.1	Praxisprojekt & Wissenschaftliches Arbeiten	S	20			5
			Summe		110	4	330	23

Tabelle 2: Studien und Prüfungsleistungen im 2. Semester

Sem.	Lehrveranstaltung M.A. Digital Business Psychology					Prüfungsleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang Der Lehrveranstaltungsstunden	Art	Dauer in Min.	
2	560220	M2.1	Arbeits- & Organisationspsychologische Aspekte des Management		30	1 PK	120	6
	560221	M2.1.1	Motivations- & Führungspsychologie	V/Ü	20			3
	560222	M2.1.2	Organisationspsychologie	V/Ü	10			3
	560320	M2.2	Digitale Transformation		30	1 PR	45	6
	560321	M2.2.1	Transformations- & Change-management	S/Ü	20			3
	560322	M2.2.2	Rechtliche Aspekte der Digitalisierung	V/Ü	10			3
	560420	M2.3	Digitale Methoden		30	1 PR	45	6
	560421	M2.3.1	Digital Analytics	S/Ü	20			5
	560422	M2.3.2	Collaborative Work	V/Ü	10			1
	560520	M2.4	Praxisprojekt & Präsentationstechniken		20	1 PA	45	5
	560521	M2.4.1	Praxisprojekt & Präsentationstechniken	S	20			5
			Summe		110	4	255	23

Tabelle 3: Studien- und Prüfungsleistungen im 3. Semester

Sem.	Lehrveranstaltung M.A. Digital Business Psychology					Prüfungsleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang Der Lehrveranstaltungsstunden	Art	Dauer in Min.	
3	560600 Oder 560650	WPI Oder WPII	Wahlpflichtschwerpunkt	s. Tabelle 5 und Tabelle 6	90	2 PR 1 PK	210	18
	560530	M3.4				Praxisprojekt & Moderationstechniken		
	560531	M3.4.1	Praxisprojekt & Moderationstechniken	S	20			5
			Summe		110	4	255	23

Tabelle 4: Studien- und Prüfungsordnung im 4. Semester

Sem.	Lehrveranstaltung M.A. Digital Business Psychology					Prüfungsleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang Der Lehrveranstaltungsstunden	Art	Dauer in Min.	
4	560710	M4.1	Selbstmanagement & Teamentwicklung		70	1 PA	45	6
	560711	M4.1.1	Medien & Interviewtraining	S/Ü	10			1
	560712	M4.1.2	Karriereplanung	S/Ü	10			2
	560713	M4.1.3	Seminarwoche	S	50			3
	560810	M4.2	Master Thesis		20	PT		15
	560811	M4.2.1	Master Thesis		0			14
	560812	M4.2.2	Seminar zur Master Thesis	S	20			1
			Summe		90	2	45	21

3. Wahlschwerpunkt

3.1 Wahlpflichtschwerpunkt

Die Studierenden des Studiengangs wählen jeweils einen Wahlpflichtschwerpunkt. Der zu wählende Schwerpunkt umfasst jeweils 18 ECTS. Zur Auswahl stehen

1. Wahlpflichtschwerpunkt „Human Resource Management & Digitalisierung“
2. Wahlpflichtschwerpunkt „Vertriebsmanagement & Digitalisierung“

3.2 Module und Lehrveranstaltungen der Wahlpflichtschwerpunkte

Die zugehörigen Module und Lehrveranstaltungen der Wahlpflichtschwerpunkte sind in Tabelle 5 und Tabelle 6 wiedergegeben.

Tabelle 5: Wahlpflichtschwerpunkt „Human Resource Management & Digitalisierung“

Sem.	Lehrveranstaltung M.A. Digital Business Psychology					Prüfungsleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang Der Lehrveranstaltungsstunden	Art	Dauer in Min.	
3	560610	WPI3.1	HR Transformation		30	1 PR	45	6
	560611	WPI3.1.1	New Work & Human Resource Strategies	V/Ü	10			2
	560612	WPI3.1.2	Employee Journey & Digital Communication	V/Ü	10			2
	560613	WPI3.1.3	HR Trends	S/Ü	10			2
	560620	WPI3.2	People Analytics		30	1 PK	120	6
	560621	WPI3.2.1	Robot Recruiting	V/Ü	10			2
	560622	WPI3.2.2	Talentanalytics	V/Ü	10			2
	560623	WPI3.2.3	Teamanalytics & Knowledge Management	V/Ü	10			2
	560630	WPI3.3	Digital HR-Project		30	1 PR	45	6
	560631	WPI3.3.1	Digital HR-Project	S/Ü	30			6

Tabelle 6: Wahlpflichtschwerpunkt „Vertriebsmanagement & Digitalisierung“

Sem.	Lehrveranstaltung M.A. Digital Business Psychology					Prüfungsleistung		ECTS
	EDV Nr.	Modul-Nr.	Bezeichnung	Art	Umfang Der Lehrveranstaltungsstunden	Art	Dauer in Min.	
3	560660	WPII3.1	Market Transformation		30	1 PR	45	6
	560661	WPII3.1.1	Market Transformation & Marketing Strategies	V/Ü	10			2
	560662	WPII3.1.2	Customer Journey & Digital Communication	V/Ü	10			2
	560663	WPII3.1.3	Marketing Trends	S/Ü	10			2
	560670	WPII3.2	Customer Analytics		30	1 PK	120	6
	560671	WPII3.2.1	Sales & Targeting	V/Ü	10			2
	560672	WPII3.2.2	Customization & Experience Management	V/Ü	10			2
	560673	WPII3.2.3	Loyalty Management	V/Ü	10			2
	560680	WPII3.3	Digital Market-Project		30	1 PR	45	6
	560681	WPII3.3.1	Digital Market-Project	S/Ü	30			6

4. Module im Masterstudium

4.1 Übergeordnete Module

Die Module (übergeordnet) des Masterstudiums sind in den nachstehenden Tabellen 7-8 wiedergegeben:

Tabelle 7: Module des Masterstudiums Digital Business Psychology mit Wahlschwerpunkt Human Resource Management & Digitalisierung

Prüfungsleistungen Master Digital Business Psychology				
	Nr.	Modul	Modul / Teilmodul	Gewichtung der Modulnoten für die Note
M1	560200 Psychologische Aspekte des Managements			12
	560210	M1.1	Allgemeine & Sozialpsychologische Aspekte des Managements	
	560220	M2.1	Arbeits- & Organisationspsychologische Aspekte des Managements	
M2	560300 Management im Kontext der Digitalisierung			12
	560310	M1.2	General Management	
	560320	M2.2	Digitale Transformation	
M3	560400 Arbeits- & Forschungsmethoden			12
	560410	M1.3	Forschungsmethoden	
	560420	M2.3	Digitale Methoden	
M4	560500 Praxisprojekte & Sozialkompetenz			15
	560510	M1.4	Praxisprojekt & Wissenschaftliches Arbeiten	
	560520	M2.4	Praxisprojekt & Präsentationstechniken	
	560530	M3.4	Praxisprojekt & Moderationstechniken	
WPI	560600 Human Resource Management & Digitalisierung			18
	560610	WPI3.1	HR Transformation	
	560620	WPI3.2	People Analytics	
	560630	WPI3.3	Digital HR-Project	
M5	560700 Selbstmanagement & Teamentwicklung			6
	560710	M4.1	Selbstmanagement & Teamentwicklung	
M6	560800 Master Thesis			15
	560810	M4.2	Master Thesis	
Summe Studium				90

Tabelle 8: Module des Masterstudiums Digital Business Psychology mit Wahlschwerpunkt Vertriebsmanagement & Digitalisierung

Prüfungsleistungen Master Digital Business Psychology				
Nr.	Nr.	Modul	Modul / Teilmodul	Gewichtung der Modulnoten für die Note
M1	560200 Psychologische Aspekte des Managements			12
	560210	M1.1	Allgemeine & Sozialpsychologische Aspekte des Managements	
	560220	M2.1	Arbeits- & Organisationspsychologische Aspekte des Managements	
M2	560300 Management im Kontext der Digitalisierung			12
	560310	M1.2	General Management	
	560320	M2.2	Digitale Transformation	
M3	560400 Arbeits- & Forschungsmethoden			12
	560410	M1.3	Forschungsmethoden	
	560420	M2.3	Digitale Methoden	
M4	560500 Praxisprojekte & Sozialkompetenz			15
	560510	M1.4	Praxisprojekt & Wissenschaftliches Arbeiten	
	560520	M2.4	Praxisprojekt & Präsentationstechniken	
	560530	M3.4	Praxisprojekt & Moderationstechniken	
WPII	560650 Vertriebsmanagement & Digitalisierung			18
	560660	WPII3.1	Market Transformation	
	560670	WPII3.2	Customer Analytics	
	560680	WPII3.3	Digital Market-Project	
M5	560700 Selbstmanagement & Teamentwicklung			6
	560710	M4.1	Selbstmanagement & Teamentwicklung	
M6	560800 Master Thesis			15
	560810	M4.2	Master Thesis	
Summe Studium				90

4.2 Nicht ausgleichbare Module (übergeordnet) im Studium

Die Module (übergeordnet) sind nur dann bestanden, wenn alle in diesen Modulen (übergeordnet) vorgesehenen Prüfungsleistungen mit mindestens ausreichend (4,0) bewertet wurden.

4.3 Bestimmung zum Erhalt der Masterprüfung

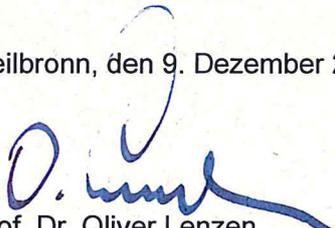
Das Masterzeugnis enthält die Modulnoten aller in **Tabelle 7 bzw. Tabelle 8 (je nach Wahlschwerpunkt)** aufgeführten Modulprüfungen und der Master Thesis. Die Modulnote der Modulprüfung ist das gewogene arithmetische Mittel aus den Noten der Prüfungsleistungen in den zum jeweiligen Modul gehörenden Lehrveranstaltungen. Dabei wird die Note einer Prüfungsleistung mit den Gewichten der Tabelle 7 bzw. Tabelle 8 gewertet. Die Gesamtnote des Masterzeugnisses wird aus dem gewogenen arithmetischen Mittel der Modulnoten und der

Note der Masterthesis gebildet, wobei für die einzelnen Noten die Gewichte in **Tabelle 7** bzw. **Tabelle 8** festgelegt sind.

5. Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung zum 01. September 2021 in Kraft.

Heilbronn, den 9. Dezember 2020



Prof. Dr. Oliver Lenzen
- Rektor-

Die Prüfungsordnung wird hiermit, gemäß Bekanntmachungssatzung der Hochschule Heilbronn vom 28. Juni 2017, öffentlich bekannt gemacht.

Heilbronn, 16. Dezember 2020

Für das Prorektorat Studium und Lehre



Prof. Dr. Ulrich Brecht