

Medien- und Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Media
University
of Applied Sciences



Der Studiengang

Medien- und Wirtschaftspsychologie vermittelt neben den allgemeinen Grundlagen der Psychologie spezialisierte Kenntnisse und Kompetenzen sowohl der Medien- als auch der Wirtschaftspsychologie. Unternehmen verschiedenster Branchen benötigen psychologisch kompetente Fachkräfte, die in der Lage sind, die Wirkung von Medien zu analysieren, Humanpotenziale zu erkennen und zu fördern, Personalentscheidungen zu unterstützen, betriebliche Kooperation oder das Human Resources Management zu optimieren – um nur einige Beispiele der vielfältigen und facettenreichen Tätigkeitsprofile von Medien- und Wirtschaftspsycholog:innen zu nennen.

In Kürze



ABSCHLUSS Bachelor of Science (B.Sc.)	DAUER 6 Semester
STUDIENFORM Präsenzstudium mit Online-Anteilen	START April (Sommersemester) Oktober (Wintersemester)
MEDIA UNIVERSITY – staatlich anerkannte Hochschule	STANDORTE Berlin, Frankfurt/Main und Köln
– institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat	SPRACHE Deutsch
– Programmakkreditierung durch die FIBAA	GEBÜHREN € 750,- monatlich



Wir bieten eine
Top-Betreuung für
den Weg ins
kreative Berufsleben.



Die Standorte

CAMPUS BERLIN Tel +49 (0) 30 – 46 77 693 – 30 studienberatung-berlin@media-university.de
CAMPUS KÖLN Tel +49 (0) 221 – 222 139 – 33 studienberatung-koeln@media-university.de
CAMPUS FRANKFURT Tel +49 (0) 69 – 50 50 253 – 96 studienberatung-frankfurt@media-university.de



Studiengangübergreifender Kompetenzbereich (25 % aller CPs)

Pflichtbereich – 6 allgemeinbildende Grundlagenmodule



WISSENSCHAFTLICHES PROPÄ- DEUTIKUM

Wissenschaftsgeschichte/ -theorie, Einführung in wissenschaftliches Arbeiten
→ 5 CP / 3 SWS

INTERKULTURALITÄT

Kulturtheorien/-modelle, Überwindung von Kulturbarrieren, interkulturelles Lernen etc.
→ 5 CP / 3 SWS

WIRTSCHAFTS- WISSENSCHAFTEN

Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre: ökonomische Systeme/ Strukturen/Werte
→ 5 CP / 3 SWS

MEDIENTECHNOLOGIE

OS/Netze, grundlegende IT-/ Office-Tools, Dokumentenmanagement, Websprachen/-protokolle
→ 5 CP / 3 SWS

MEDIEN- UND KOMMUNIKA- TIONSWISSENSCHAFT

Mediengeschichte, Medientheorie, Medienrecht, Kommunikations- theorie, Kommunikationsanalyse
→ 5 CP / 3 SWS

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZEN

Selbst- und Lernmanagement, Präsentationstechnik, Teamkom- petenz und Projektmanagement
→ 5 CP / 3 SWS

Wahlpflichtbereich – 3 aus 6 vertiefenden oder ergänzenden Modulen



MEDIENRECHT

Vertragsrecht, Urheberrecht, Datenschutz und Privatsphäre, Haftungsfragen etc.
→ 5 CP / 3 SWS

DIGITALE ÖKONOMIE

IT-/Medienwirtschaft, E-Commerce, Big Data, Data Mining
→ 5 CP / 3 SWS

SOZIALWISSENSCHAFTEN

Soziologie, Politologie, sozioökonomische Analysen
→ 5 CP / 3 SWS

WIRTSCHAFTSENGLISCH

Geschäftskorrespondenz, Präsentationstechniken, TOEFL-Vorbereitung usw.
→ 5 CP / 3 SWS

SOZIALPSYCHOLOGIE

(Pflicht für MWP)
Zusammenhang zwischen individuellem Verhalten, Erleben und sozialen Interaktionen
→ 5 CP / 3 SWS

ZWEITE FREMDSPRACHE

bsp. Spanisch, Chinesisch
→ 5 CP / 3 SWS

Studiengangspezifischer Kompetenzbereich (75 % aller CPs)

Allgemeine Psychologie
7 allgemeine Module



Medienpsychologie
4 Module



Wirtschaftspsychologie
4 Module



**Weitere Module &
Studienabschnitte**
4 weitere Module



GRUNDLAGEN DER PSYCHOLOGIE

Einführung in grundlegende psycho- logische Theorien
→ 5 CP / 3 SWS

MEDIENPSYCHOLOGIE

Geschichte, Medien- Kreation und Rezeption, Mediennutzung und -kompetenz
→ 5 CP / 4 SWS

GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

Grundlagen des Erlebens und Verhaltens der Menschen im wirtschaftlichen Austausch
→ 5 CP / 4 SWS

PRAXIS MEDIEN- ODER WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE

Im letzten Semester:
Prüfungsvorbereitung zu den fachspezifischen Modulen
→ 15 CP / 10 SWS

PSYCHOLOGISCHE METHODOLOGIE

Quantitative und qualitative Testmethoden, psychophysiologi- sche Messverfahren etc.
→ 5 CP / 4 SWS

PSYCHOLOGIE DES MARKETING UND DER WERBUNG

Grundbegriffe und Instrumente
→ 5 CP / 4 SWS

PERSONALPSYCHOLOGIE

Konzepte/Messung von Persönlich- keitseigenschaften und Kompetenzen
→ 5 CP / 3 SWS

REPETITORIUM

Im letzten Semester:
Prüfungsvorbereitung zu den fachspezifischen Modulen
→ 5 CP / 3 SWS

STATISTIK I

Deskriptive und explorative Statistik: Daten-Handling, Kenngrößen, Visualisierung, Statistiksoftware
→ 5 CP / 4 SWS

PSYCHOLOGIE DER DIGITALISIERUNG

Digitalisierte psychologische Inhalte und psychologische Gestaltung digitaler Medien
→ 5 CP / 4 SWS

ARBEITS- UND ORGANISATI- ONSPSYCHOLOGIE

Analyse der sozialen Interaktion von Personen in Organisationen und im Arbeitsprozess
→ 5 CP / 4 SWS

PRAKTIKUM

6-monatige betriebliche Praxisphase
→ 30 CP / 3 SWS

STATISTIK II

Inferentielle Statistik: induktive Verfahren, Stochastik, statistische Modelle
→ 5 CP / 4 SWS

PSYCHOLOGISCHE MARKT- UND MEDIENFORSCHUNG

Sammlung, Analyse und Interpreta- tion von Markt- und Mediendaten
→ 5 CP / 3 SWS

COACHING UND MODERATION

Systematische Entwicklung der beruflichen oder persönlichen Fähigkeiten und Kompetenz
→ 5 CP / 4 SWS

BACHELORARBEIT

2- bis maximal 4-monatige BA-Arbeit, anschließend: BA-Kolloquium
→ 10 CP / 2 SWS

FRAGEBOGEN- UND TESTKONSTRUKTION

Methoden der Konstruktion von empirischen Forschungsinstrumen- ten
→ 5 CP / 4 SWS

KOGNITIVE PSYCHOLOGIE

Grundfunktionen der Wahrnehmung und Aufmerksamkeit, Lern- und Wissenspsychologie
→ 5 CP / 3 SWS

PERSÖNLICHKEITS- UND DIFFERENTIELLE PSYCHOLOGIE

Theorien der Persönlichkeit und Verhaltens- und Persönlichkeits- unterschiede
→ 5 CP / 3 SWS

