

Perspektive

Der **Bachelorstudiengang Angewandte Wirtschafts- und Medienpsychologie** vermittelt neben einer breiten Grundlagenqualifikation in den Disziplinen der Wirtschafts- und Medienwissenschaften vor allem ein umfassendes Wissen der anwendungsorientierten Psychologie. Diese ganzheitliche Perspektive qualifiziert unsere späteren Absolvierenden für vielseitige Tätigkeitsfelder. Beispielhaft arbeiten unsere Studierenden später in Bereichen wie Public Relations, innerbetriebliche Kommunikation, Gestaltung und Konzipierung medialer Produkte, Online-Marketing, Marktforschung und Evaluation, Data Science, Organisationsentwicklung, Human Resources, Employer Branding, Change-Management, Leadership und vielen anderen Positionen. Nicht zu vergessen sind unter anderem Geschäftsfelder, die es zum aktuellen Zeitpunkt noch gar nicht gibt (Stichwort Mensch-Roboter-Interaktion). Gerade in Zeiten des digitalen Wandels besteht eine starke Nachfrage nach Absolvierenden mit einem interdisziplinären Kompetenzspektrum, das sie in Unternehmen vielseitig einsetzbar macht.



Studienart	Vollzeit
Regelstudienzeit	7 Semester
Abschluss	Bachelor of Arts (B.A.)
Studienstart	Wintersemester
Voraussetzungen	Abitur, Fachabitur oder Hochschulzugangsberechtigung
Kosten	Beitrag Studierendenwerk

Kontakt

Hochschule Ansbach

Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach
Fakultät Wirtschaft
Residenzstraße 8
91522 Ansbach
www.hs-ansbach.de/awm

Studiengangskoordination AWM

Telefon: (0981) 4877 – 210

Mail: studiengangskoordination-awm@hs-ansbach.de

Studierendenservice AWM

Telefon: (0981) 4877 – 146

Mail: studierendenservice.awm@hs-ansbach.de

Allgemeine Studienberatung

Telefon: (0981) 4877 – 574

Mail: studienberatung@hs-ansbach.de

Informationen zu den Sprechzeiten:

www.hs-ansbach.de/studienberatung

Termine

Anmeldung: 2. Mai – 15. Juli

Beginn des Studiums: 1. Oktober



© hochschule ansbach 10.2024



Die Arbeits- und Medienwelt gestalten

Angewandte Wirtschafts- und Medienpsychologie

Im Fokus des **Bachelorstudiengangs Angewandte Wirtschafts- und Medienpsychologie (AWM)** stehen — neben den relevanten Grundlagen der Psychologie — spezifische Kenntnisse und Kompetenzen aus den Bereichen der Wirtschafts- und Medienwissenschaften. Hierbei sollen vor allem disziplinübergreifende Handlungskompetenzen in den Bereichen der Wirtschafts- und Medienpsychologie gefördert werden. Ziel ist die Ausbildung interdisziplinärer Expert*innen, die über strukturierte und analytische Denkweisen verfügen, um ökonomische Wirtschafts- und Medienangebote zu konzipieren, diese zu realisieren und unter Verwendung ihres psychologischen Fachwissens erfolgreich zu optimieren.

Neben den beiden Hauptfächern Wirtschaftspsychologie und Medienpsychologie bietet der Studiengang eine Auswahl von Schwerpunkten zur Vertiefung. Aktuell haben unsere Studierenden die Wahl zwischen Data Science, Medienkommunikation, New Work, Economics & Management, User and Consumer Experience sowie ggf. weiteren Schwerpunkten. Diese breite Auswahl erlaubt unseren Studierenden, nach Studiumsabschluss in unterschiedlichen Unternehmensbereichen und Branchen zu arbeiten. Der Studiengang hat das Ziel, den Studierenden die Kompetenz zu vermitteln, mit Hilfe fundierter psychologischer Methoden wissenschaftliche Erkenntnisse der Psychologie in den unternehmerischen Alltag einzubringen. Dabei werden neben Fach-, Methoden- und Handlungskompetenzen über unterschiedlichste Wahlpflichtmodule individuelle Schlüsselqualifikationen sowie Sozialkompetenzen vermittelt. Ein potentielltes Auslandssemester an einer unserer internationalen Partnerhochschulen rundet das individuelle Studienprofil durch gelebte internationale Kompetenzen ab.

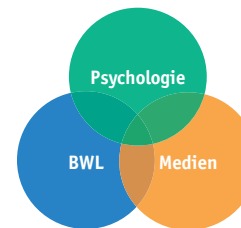


Module

7	Digitales Marketing (5 ECTS)	Wahlpflichtmodul 1 (5 ECTS)	Wahlpflichtmodul 2 (5 ECTS)	Bachelorseminar (3 ECTS)	Bachelorarbeit (12 ECTS)	
6	Praxisseminar (5 ECTS)	Betriebliche Praxis (Praktisches Studiensemester im In- und Ausland möglich) (25 ECTS)				
5	Planung und Durchführung eines angewandten Projektes (10 ECTS)		Wirtschaftspsychologie II (5 ECTS)	Medienpsychologie II (5 ECTS)	Schwerpunkt I (10 ECTS) Modul 2	Schwerpunkt II (10 ECTS) Modul 2
4	Forschungsprojekt (10 ECTS)		Wirtschaftspsychologie I (5 ECTS)	Medienpsychologie I (5 ECTS)	Modul 1	Modul 1
3	Angewandte Marktforschung (5 ECTS)	Quantitative Methoden II (5 ECTS)	Qualitative Methoden (5 ECTS)	Digital Business (5 ECTS)	Medientheorie und -praxis II (5 ECTS)	Branchenspezifische Medienlehre II (5 ECTS)
2	Organisationsentwicklung und Change Management (5 ECTS)	Quantitative Methoden I (5 ECTS)	Allgemeine Psychologie II (5 ECTS)	Arbeits- und Organisationspsychologie (5 ECTS)	Medientheorie und -praxis I (5 ECTS)	Branchenspezifische Medienlehre I (5 ECTS)
1	Ökonomische Grundlagen (5 ECTS)	Management und Leadership (5 ECTS)	Allgemeine Psychologie I (5 ECTS)	Sozialpsychologie (5 ECTS)	Oral Communication Skills (5 ECTS)	Wissenschaftliches Arbeiten (5 ECTS)

Empfohlener Studienverlauf

- Wirtschaft
- Psychologie
- Medien
- Interdisziplinär
- Angew. Forschung



Im Bachelorstudiengang Angewandte Wirtschafts- und Medienpsychologie erwerben die Studierenden in den ersten Semestern methodische Kenntnisse und eine breite inhaltliche Basis. Dabei wird sich vor allem auf die drei Kernkompetenzen, Wirtschaftswissenschaften, Medienwissenschaften und Psychologie konzentriert. Die ersten drei Semester dienen unter anderem dem strukturierten wissenschaftlichen Arbeiten und der Vorbereitung auf die beiden angewandten Wissenschaftsprojekte aus dem vierten und fünften Semester. Hier werden neben den frei wählbaren Schwerpunkten und den praxisorientierten Projekten auch vertiefte Spezialisierungsmodule zur Wirtschafts- und Medienpsychologie angeboten.

Im Rahmen eines berufsorientierenden Praktikums findet im sechsten Semester ein vertiefter Kontakt mit der Arbeitswelt statt. Nach dem Praxissemester im sechsten Semester folgt im siebten Semester die Möglichkeit der Vertiefung im Rahmen der Bachelorarbeit. Im Wahlpflichtbereich können die Studierenden nach ihren persönlichen Interessen und Neigungen weitere persönliche Akzente in ihrem Kompetenzbereich setzen.

