

Studieren an der Hochschule Harz

Seit ihrer Gründung im Jahr 1991 hat sich die Hochschule Harz an den beiden Standorten Wernigerode und Halberstadt rasant entwickelt.

Innovative Studienangebote, modernes Ambiente und eine hochwertige akademische Ausbildung an den Fachbereichen Automatisierung und Informatik, Verwaltungswissenschaften und Wirtschaftswissenschaften locken derzeit rund 3.000 Studierende in den Harz.

Praxisprojekte und eine intensive Sprachausbildung bereiten ideal auf den Berufseinstieg vor und vielfältige internationale Beziehungen bringen kosmopolitisches Flair ins Studentenleben.

Kleine Seminargruppen, festgelegte Vorlesungspläne sowie engagierte Professorinnen und Professoren fördern zudem ein schnelles, effektives Studium innerhalb der Regelstudienzeit.

Doch die Hochschule Harz bietet mehr: Auf dem idyllischen grünen „Campus der kurzen Wege“ gibt es ein attraktives Sport- und Kulturangebot sowie viele studentische Initiativen - der perfekte Rahmen für die spannendste Zeit des Lebens.



www.hs-harz.de

Hochschule Harz
Friedrichstraße 57-59
38855 Wernigerode

Studienberatung

Margret Wachsmuth
Telefon: +49 3943 659 127
E-Mail: studienberatung@hs-harz.de

Studiengangskoordination

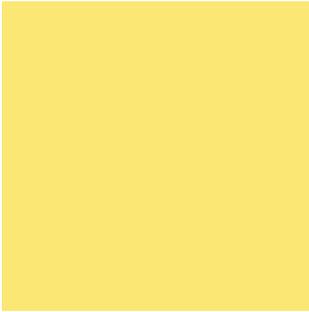
Prof. Dr. Georg Felser
Telefon: +49 3943 659 261
E-Mail: gfelser@hs-harz.de



KONSUMENTEN PSYCHOLOGIE UND MARKT FORSCHUNG

Master of Science
FB Wirtschaftswissenschaften

▲ Hochschule Harz
Hochschule für angewandte
Wissenschaften



„Wenn ich auf mein Studium zurückblicke, sehe ich eine äußerst erlebnisreiche und auch herausfordernde Zeit, in der ich mich persönlich unglaublich weiterentwickelt habe.“ Jessica Wagenlehner, Alumna, Junior Managerin Shopper Marketing & Category Management bei Gerolsteiner Brunnen

Konsumentenpsychologie und Marktforschung - interdisziplinär und praxisnah

Das Master-Studium Konsumentenpsychologie und Marktforschung an der Hochschule Harz ergänzt und vertieft einen Bachelor-Abschluss mit Ausrichtung auf Marketing und Marktforschung. Der konsekutive Studiengang ist verhaltenswissenschaftlich orientiert und untersucht u.a. das Verhalten der 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 einem wichtigen Baustein 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 Dozenten*innen 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 einer 3- bzw. 4-semstrigen Variante angeboten und ermöglicht somit Bachelor-Absolvent*innen eine nahtlose Fortsetzung der Ausbildung. Das Programm erfüllt den Bedarf an einer verhaltenswissenschaftlich orientierten Konsumforschung und kombiniert anspruchsvolle Methodik mit aktuellen wissenschaftlichen Einsichten in das Verhalten von Individuen im Markt.



Auf einen Blick

Abschluss:	Master of Science (M.Sc.)
Regelstudienzeit:	3 Semester bei Beginn im Sommersemester; 4 Semester bei Beginn im Wintersemester
Zulassung:	zulassungsbeschränkt
Bewerbungsschluss:	15. Januar bzw. 15. Juli desselben Jahres
Studienbeginn:	Wintersemester und Sommersemester
Weitere Infos:	www.hs-harz.de/konsumentenpsychologie-und-marktforschung-ma/

Berufliche Zukunft

Der Studiengang bereitet Sie 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.