

Promotion

Berufseinstieg

Ziel: Master of Arts (M.A.)

#### 4. Thesis

- M19-1 Theoretische Thesis
- M19-2 Praxisorientierte Thesis

#### 3. Integration & Implementation

- M13 Experience & Interaction Design
- M14 Business-Management
- M15 Design & Unternehmensstrategie
- M16 Design & Nachhaltigkeit
- M17 Innovations- & Projekt-Management
- M18 Forschungs- & Strategie-Projekt 2

#### 2. Methoden & Prozesse

- M7 Soziale Kompetenzen
- M8 Business-Organisation
- M9 Strategisches Design
- M10 Forschungsmethoden
- M11 Innovationsentwicklung
- M12 Forschungs- & Strategie-Projekt 1

#### 1. Qualifikation

- M1 Design Thinking
- M2 Projekt Management
- M3 Markenstrategie
- M4 Designkritik
- M5 Innovatives Projekt
- M6 Design & gesellschaftliche Verantwortung

Persönliche Beratung

■ **Studientauer** 4 Semester  
 ■ **Zeitaufwand** 120 Leistungspunkte (1 Lp entspricht 30 Arbeitsstunden)

START

## WEITERE INFOS

Zum Masterstudiengang **Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung**:

[uwid.de/studium](http://uwid.de/studium)

Zur **Online-Bewerbung**:

[www.studierendensekretariat.uni-wuppertal.de](http://www.studierendensekretariat.uni-wuppertal.de)

Zur **Prüfungsordnung**:

<https://www.zpa.uni-wuppertal.de/>

## INFORMATION & BERATUNG

### Studienfachberatung

Prof. Dr.-Ing. Fabian Hemmert  
 Campus Griffenberg, I.16.76  
 Sprechzeiten nach Vereinbarung  
[hemmert@uni-wuppertal.de](mailto:hemmert@uni-wuppertal.de)

Infos zu allen Eignungsfeststellungsverfahren der Fakultät  
 Elisabeth Heitmann, Sekretariat für Studium und Lehre  
 Telefon: 0202 439-5160  
 Sprechzeiten: Mo – Do 11:00 – 12:00 Uhr  
[qsifk8@uni-wuppertal.de](mailto:qsifk8@uni-wuppertal.de)

Weitere Informationen erhalten Sie auf der Homepage  
[www.uwid.de](http://www.uwid.de)

Aktuelle Änderungen finden Sie auf der ZSB-Homepage.

### Zentrale Studienberatung (ZSB)

Gaußstr. 20, 42119 Wuppertal  
 Telefon: 0202 439-2595  
 Informationszentrum  
 Campus Griffenberg, B.05.01  
[www.zsb.uni-wuppertal.de](http://www.zsb.uni-wuppertal.de)

### Studieninteressierte mit ausländischer Hochschulzugangsberechtigung:

Internationales Studierendensekretariat  
[www.internationales.uni-wuppertal.de/incoming](http://www.internationales.uni-wuppertal.de/incoming)

Herausgeber: Zentrale Studienberatung  
 der Bergischen Universität Wuppertal

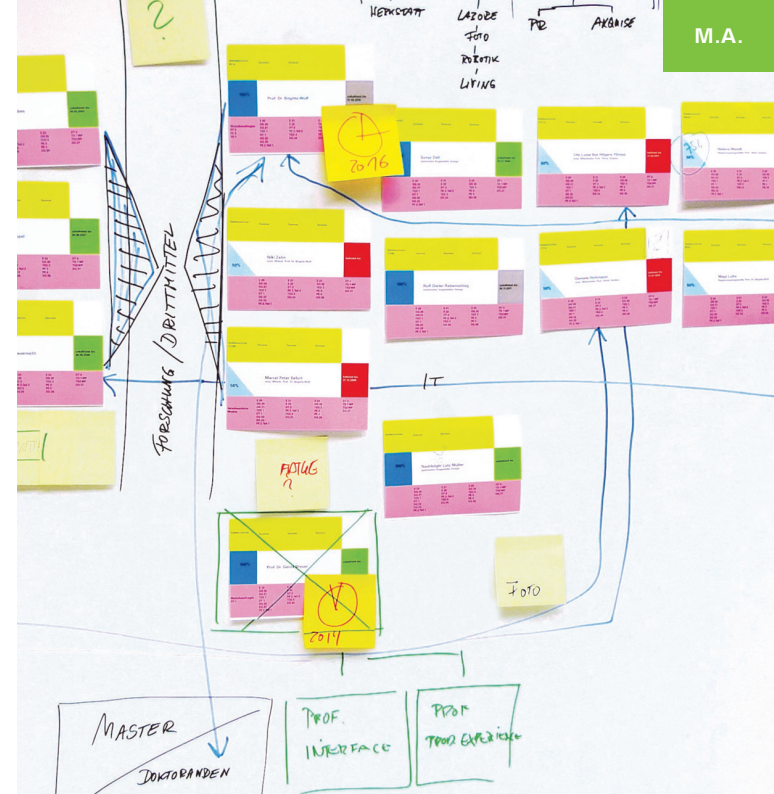
Für studienengangbezogene Inhalte  
 ist die Studienfachberatung verantwortlich.

Stand: Mai 2021

Foto: Gert Trauernicht



Dieser Studiengang  
 trägt das Siegel des  
 Akkreditierungsrates



## Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung

Master of Arts (M.A.)

Fakultät für  
 Design und Kunst



BERGISCHE  
 UNIVERSITÄT  
 WUPPERTAL

## PROFIL DES STUDIENGANGS

Der Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung bietet eine akademische Qualifikation für Ingenieur\*innen, Wirtschaftswissenschaftler\*innen und Designer\*innen. Ziel des Masters ist die umfassende transdisziplinäre Qualifizierung der Studierenden in der Entwicklung, Moderation und Organisation von Produktentwicklungs- und Innovationsprozessen an der Schnittstelle von Design, Wirtschaftswissenschaften und Engineering. Aufgrund seiner universitären Ausrichtung ermöglicht der Studiengang eine Promotion anzuschließen.

### Produkte begreifen, Strategien ableiten, Innovation steuern

Projektbezogene und anwendungsorientierte Lehrinhalte und Veranstaltungsformen dienen dem Ziel, neben fundiertem Fachwissen und der Kenntnis unterschiedlicher wissenschaftlicher Lehrmeinungen zur strategischen Innovation im Kontext „Produkt“, die Fähigkeit zu vermitteln, praxisbezogene Problemstellungen zu erkennen und eigenständig zu lösen. Dies wird in erster Linie erreicht durch:

- die berufsfeldrelevante Schwerpunktsetzung auf die Vermittlung des grundlagenbezogenen und fachspezifischen Wissens und Könnens in der strategischen Innovation von Produkten, Interfaces und Services
- Projektarbeiten im Sinne der theoriebasierten Entwicklung exemplarischer Problemlösungen
- Praktika unter Anleitung der Abteilung Industrial Design sowie externer Partner\*innen
- Orientierung der Master-Thesis an praktischen Problemen, insbesondere ihre Durchführung in Kooperation mit Vertretern der beruflichen Praxis

### International

- ein Semester Auslandsstudium ist möglich
- für den internationalen Studienaustausch optimierte und etablierte Studienstruktur
- Anrechnung von Studienleistungen

### Praxisnah

- Integration von strategischen Projekten und/oder Forschungsprojekten mit national und international agierenden Unternehmen als Drittmittelpartner

### Interkulturell

- ständige Präsenz einer hohen Zahl von Studierenden anderer Nationen
- konstanter Austausch mit anderen Kulturen, mit deren Ideen und Philosophien als fester Bestandteil der Studienkultur

### Interdisziplinär

- Absolvent\*innen aus Design, Maschinenbau, Wirtschaftswissenschaften
- interdisziplinäres Lehrpersonal
- enge Vernetzung mit Unternehmen aus relevanten Branchen

## ZUGANGSVORAUSSETZUNG UND BEWERBUNG

Bewerbung zum Wintersemester

1. Die Zugangsvoraussetzungen erfüllen Bewerber\*innen, die an einer Hochschule einen Bachelorstudiengang oder einen vergleichbaren Studiengang mit mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten (LP) mit der Note 2,0 oder besser in Industrial Design, Produktdesign oder anderen verwandten Designdisziplinen mit einem Studienschwerpunkt in der technischen oder strategischen Produktentwicklung oder in Maschinenbau oder Wirtschaftswissenschaft, jeweils mit dem Studienschwerpunkt in der Produkt- bzw. Innovationsentwicklung oder einen vergleichbaren Studiengang mit der Note 2,0 oder besser absolviert haben,
2. Sprachkenntnisse in Deutsch, mindestens auf der Niveaustufe DSH2 nachweisen sowie
3. für Designer\*innen: Nachweis der studiengangbezogenen künstlerisch-gestalterischen Eignung, die in der Regel mit der Aufnahme in ein einschlägiges Bachelorstudium Industrial Design nachgewiesen wurde. Sofern der Nachweis nicht vorliegt, wird die Eignung auf Antrag in einem besonderen Verfahren festgestellt.
4. Vor der Immatrikulation muss der Nachweis eines mindestens zehnwöchigen Praktikums vorliegen. Bis zur Thesis müssen insgesamt 15 Wochen nachgewiesen werden.

Alle in und außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kompetenzen werden anerkannt und angerechnet, wenn sie nicht signifikant von den im angestrebten Studiengang vorgesehenen Kompetenzen abweichen.

## STUDIENINHALTE UND STUDIENVERLAUF

Die Fachkompetenz der Absolvent\*innen umfasst strategisches Wissen und Verstehen an der Schnittstelle von Design, Business und Engineering sowie innovationsstrategische und -praktische Fertigkeiten, die auf der Bachelorebene aufbauen und diese wesentlich vertiefen oder erweitern. Sie verfügen insbesondere über umfassendes

transdisziplinäres, detailliertes und – etwa in Innovationsprojekten sowie Praktika erworbenes – spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand der anwendungsbezogenen Innovationsforschung zur Schnittstelle von Design, Business und Engineering. Zudem erwerben Sie umfassendes berufliches Wissen in strategierorientierten Tätigkeitsfeldern dieses Schnittstellenbereichs sowie erweitertes Wissen in angrenzenden Bereichen der Wirtschaftswissenschaft und des Maschinenbaus. Die Absolvent\*innen sind in der Lage, die Verfahren und Gestaltungspraxen, Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen des Schnittstellenbereichs von Design, Business und designpraktischem Wissen als Grundlage für die Entwicklung und Anwendung eigenständiger Ideen einzusetzen. Sie verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis und Können der strategischen Innovation.

## ABSCHLÜSSE UND PERSPEKTIVEN

Das erfolgreich abgeschlossene Masterstudium bereitet auf Führungspositionen und Stabsstellen im operativen wie im strategischen Management von Innovationsprozessen in der Produktentwicklung und im Servicedesign vor.

## BERUFSFELDER

Der Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung ist auf die Initiierung, Integration und Moderation der strategischen Innovationsentwicklung von Produkten, Interfaces und Services ausgerichtet. Der Tätigkeitsfokus liegt auf langfristigen und strategischen Entwicklungsaufgaben, die unabhängig vom täglichen operativen Entwicklungsgeschäft formuliert und durchgeführt werden. Die Absolvent\*innen des Masters sind in der Lage, nachhaltige und erfolgreiche Innovationen von Produkten zu entwickeln und in den jeweiligen Unternehmenskontext sinnvoll zu integrieren. „Produkte“ verstehen sie dabei im ganzheitlichen Sinne eines erweiterten Produktdesign-Begriffs als eingebetteten Teil einer Vermarktungs- bzw. Dienstleistungsstrategie eines sich entwickelnden Unternehmens. Sie operieren an der Schnittstelle von gestalterischer, technischer und betriebswirtschaftlicher Innovation. Der Master bereitet auf leitende Tätigkeiten in Produktinnovationen in Entwicklungsabteilungen mit Innovationsschwerpunkt, Innovationsschmiedern in der Agentur- oder Industrielandschaft oder sogenannten Frontend Entwicklungsabteilungen vor und qualifiziert für das operativ tätige Produktmanagement wie für die strategische Planung in der innovativen Entwicklung von Produkten, Interfaces und Services auf Vorstands- und Geschäftsführungsebene.

