



## **AMTLICHE MITTEILUNGEN**

Verkündungsblatt der Bergischen Universität Wuppertal  
Herausgegeben vom Rektor

**NR\_58**    **JAHRGANG 45**  
**9. August 2016**

### **Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung an der Bergischen Universität Wuppertal**

**vom 09.08.2016**

Auf Grund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) vom 16.09.2014 (GV. NRW. S. 547), geändert am 14.06.2016 (GV. NRW S. 310), hat die Bergische Universität Wuppertal die folgende Prüfungsordnung erlassen.

#### **Inhaltsübersicht**

##### **I Allgemeines**

- § 1 Ziele des Studiums und Zweck der Prüfungen
- § 2 Abschlussgrad
- § 3 Regelstudienzeit und Studiumumfang
- § 4 Prüfungen und Prüfungsfristen
- § 5 Prüfungsausschuss
- § 6 Prüferinnen und Prüfer, Beisitzerinnen und Beisitzer
- § 7 Anerkennung und Anrechnung von Studienleistungen und Prüfungsleistungen
- § 8 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

##### **II Masterprüfung**

- § 9 Zugangsvoraussetzungen
- § 10 Umfang und Art der Masterprüfung
- § 11 Erfassung, Anrechnung, Mitteilung und Bekanntgabe von Leistungspunkten und Prüfungsleistungen
- § 11a Nachteilsausgleich
- § 12 Mündliche Prüfungen
- § 13 Schriftliche Prüfungen unter Aufsicht (Klausuren)
- § 14 Schriftliche Hausarbeiten
- § 15 Präsentation mit Kolloquium
- § 16 Sammelmappe
- § 17 Abschlussarbeit („Master-Thesis“)
- § 18 – entfällt
- § 19 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Noten und Bestehen der Masterprüfung
- § 20 Zusatzleistungen
- § 21 Zeugnis
- § 22 Masterurkunde

##### **III Schlussbestimmungen**

- § 23 Ungültigkeit der Masterprüfung, Aberkennung des Mastergrades
- § 24 Einsicht in die Prüfungsakten

- § 25 Übergangsbestimmungen
- § 26 In-Kraft-Treten und Veröffentlichung

## **I Allgemeines**

### **§ 1**

#### **Ziele des Studiums und Zweck der Prüfungen**

Der erfolgreiche Abschluss des Masterstudienganges Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung weist nach, dass die Absolventin oder der Absolvent hoch spezialisiertes Wissen erworben hat, das an neueste Erkenntnisse in der strategischen Innovationssteuerung von Produkten und Dienstleistungen anknüpft und als Grundlage für innovative Denkansätze und Forschung in diesem Bereich dient. Darüber hinaus dokumentiert der Abschluss, dass die Absolventin oder der Absolvent über ein kritisches Bewusstsein für Wissensfragen in der strategischen Innovationssteuerung von Produkten und Dienstleistungen und an der Schnittstelle zwischen gestalterischen, ökonomischen und technischen Prozessen verfügt und spezialisierte Problemlösungsfertigkeiten im Bereich Forschung und Innovation erworben hat, um neue Kenntnisse zu gewinnen, neue Verfahren zu entwickeln und Wissen aus verschiedenen Bereichen zu integrieren. Die Absolventin oder der Absolvent ist in der Lage, komplexe, unvorhersehbare Arbeits- und Lernkontexte, die neue strategische Ansätze erfordern, zu leiten und zu gestalten. Sie oder er kann Verantwortung für Beiträge zum Fachwissen und zur Berufspraxis sowie für die Überprüfung der strategischen Leistung von Teams übernehmen.

### **§ 2**

#### **Abschlussgrad**

Ist die Masterprüfung bestanden, verleiht die Bergische Universität Wuppertal den Grad „Master of Arts“, abgekürzt „M. A.“.

### **§ 3**

#### **Regelstudienzeit und Studienumfang, Module und Leistungspunkte**

- (1) Die Regelstudienzeit für den Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung beträgt einschließlich der Abschlussarbeit („Master-Thesis“) vier Semester.
- (2) Im Masterstudium sind im Rahmen von Präsenzzeiten, Vor- und Nachbereitungen sowie der Abschlussarbeit insgesamt 120 LP zu erwerben; davon entfallen 30 LP auf die Abschlussarbeit. Hierbei entspricht ein LP einem durchschnittlichen studentischen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden.

### **§4**

#### **Prüfungen und Prüfungsfristen**

- (1) Prüfungen sind durch eine Note bewertete individuell erkennbare Studienleistungen, deren Note in die Modulnote eingeht.
- (2) In den Prüfungen soll die Kandidatin oder der Kandidat nachweisen, dass sie oder er über die geforderten fachlichen Kenntnisse, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Methoden verfügt. Dies schließt insbesondere die fachlichen Kenntnisse und das Vermögen ein, die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes zu erkennen, spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen und mit den geläufigen Methoden des jeweiligen Fachgebietes Problemlösungen zu erarbeiten und verständlich darzustellen.
- (3) Die Module werden jeweils mit einer Abschlussprüfung abgeschlossen, die den Kompetenzerwerb im gesamten Modul abbildet. Prüfungen sind als mündliche Prüfung (§ 12), als schriftliche Prüfung unter Aufsicht (Klausur) (§ 13), als Schriftliche Hausarbeiten (§ 14), als Sammelmappe (§ 16), als Präsentation mit Kolloquium (§ 15), eine Abschlussarbeit („Master Thesis“) (§ 16) oder als eine Kombination mehrerer solcher Prüfungsformen durchzuführen.
- (4) Die Anmeldung zu einer eingeschränkt wiederholbaren Prüfung muss die Kandidatin oder der Kandidat dem Prüfungsausschuss spätestens vier Wochen vor dem geplanten Prüfungstermin vorlegen. Die Anmeldung muss ggf. Auskunft geben über Fehlversuche in demselben oder vergleichbaren Modulen, auch wenn sie in anderen Studiengängen oder an anderen Hochschulen unternommen wurden. Mit der Anmeldung sind die vorgeschlagene Prüferin oder der vorgeschlagene Prüfer und die Modulkomponente oder das Modul, auf die sich die Prüfung beziehen soll, anzugeben.

- (6) Zum Bestehen einer Prüfung muss mindestens die Note 4,0 erreicht werden. Prüfungen, die nicht bestanden wurden oder als nicht bestanden gelten, können nach Maßgabe der Modulbeschreibungen zweimal oder uneingeschränkt oft wiederholt werden. Bei Prüfungen werden Fehlversuche in demselben Modul oder vergleichbaren Modulen, auch wenn sie in anderen Studiengängen oder an anderen Hochschulen unternommen wurden, angerechnet. Sofern die Modulbeschreibungen nichts anderes vorsehen, ist die Wiederholung einer bereits bestandenen Prüfung nicht zulässig.
- (7) Die Modulbeschreibungen können eine zeitliche Befristung der Wiederholungsmöglichkeit einer Prüfung vorsehen.

## **§ 5**

### **Prüfungsausschuss**

- (1) Für die Organisation der Prüfungen wählt der Fakultätsrat der Fakultät für Design und Kunst einen Prüfungsausschuss. Er besteht aus sieben Mitgliedern, von denen vier der Gruppe der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer, eines der Gruppe der akademischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und zwei der Gruppe der Studierenden angehören. Der Prüfungsausschuss wählt aus seiner Mitte die Vorsitzende oder den Vorsitzenden sowie deren oder dessen Stellvertreterin oder Stellvertreter, die der Gruppe der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer angehören. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt zwei Jahre. Wiederwahl ist zulässig.
- (2) Der Prüfungsausschuss ist Behörde im Sinne des Verwaltungsverfahrens- und des Verwaltungsprozessrechts.
- (3) Abweichend von Absatz 1 bis Absatz 2 kann der Fakultätsrat der Fakultät für Design und Kunst die Aufgaben und Verantwortungen des Prüfungsausschusses des Masterstudiengangs Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung an einen anderen von ihm gebildeten Prüfungsausschuss übertragen. Der Prüfungsausschuss achtet darauf, dass die Bestimmungen der Prüfungsordnung eingehalten werden und sorgt für die ordnungsgemäße Durchführung der Prüfungen. Er ist insbesondere zuständig für die Entscheidung über Widersprüche gegen in Prüfungsverfahren getroffene Entscheidungen. Der Prüfungsausschuss berichtet der Fakultät regelmäßig, mindestens einmal im Jahr, über die Entwicklung der Prüfungen und der Studienzeiten, einschließlich der tatsächlichen Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeiten sowie über die Verteilung der Fach- und Gesamtnoten. Der Bericht ist in geeigneter Weise durch die Universität offen zu legen. Der Prüfungsausschuss gibt Anregungen zur Reform der Prüfungsordnung und des Studienplanes. Der Prüfungsausschuss kann die Erledigung seiner Aufgaben für alle Regelfälle auf die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden und die Stellvertreterin bzw. den Stellvertreter übertragen; dies gilt nicht für Entscheidungen über Widersprüche und den Bericht an die Fakultät.
- (4) Der Prüfungsausschuss kann die Organisation einer Prüfung auf die von ihm bestellte Prüferin oder den von ihm bestellten Prüfer übertragen. Dies umfasst für unbeschränkt wiederholbare Prüfungen die Terminfestsetzung gegebenenfalls einschließlich der Festsetzung von Anmeldeterminen und -fristen und deren Bekanntgabe an die Kandidatin oder den Kandidaten sowie für alle Prüfungen die Durchführung der Prüfung und die Mitteilung des Ergebnisses (§ 11 Abs. 3).
- (5) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn neben der bzw. dem Vorsitzenden oder der Stellvertreterin bzw. dem Stellvertreter und mindestens einer weiteren Hochschullehrerin bzw. einem weiteren Hochschullehrer insgesamt mindestens die Hälfte der stimmberechtigten Mitglieder anwesend ist. Er beschließt mit einfacher Mehrheit. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme der bzw. des Vorsitzenden. Die studentischen Mitglieder des Prüfungsausschusses wirken bei der Bewertung, Anerkennung und Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen, bei der Festlegung von Prüfungsaufgaben und der Bestellung von Prüferinnen bzw. Prüfern und Beisitzerinnen bzw. Beisitzern nicht mit.
- (6) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme der Prüfungen beizuwohnen.
- (7) Die Sitzungen des Prüfungsausschusses sind nicht öffentlich. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses und ihre Stellvertreterinnen bzw. Stellvertreter unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch die oder den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zur Verschwiegenheit zu verpflichten.

## **§ 6**

### **Prüferinnen und Prüfer, Beisitzerinnen und Beisitzer**

- (1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüferinnen und Prüfer sowie die Beisitzerinnen und Beisitzer. Er kann die Bestellung der bzw. dem Vorsitzenden übertragen. Zur Prüferin oder zum Prüfer darf nur bestellt werden, wer mindestens die entsprechende Masterprüfung oder eine vergleichbare Prüfung abgelegt und, sofern nicht wichtige Gründe eine Abweichung erfordern, in dem Fachgebiet, auf das sich die Prüfung bezieht, eine Lehrtätigkeit ausgeübt hat. Zur Beisitzerin bzw. zum Beisitzer darf nur bestellt werden, wer mindestens die entsprechende Masterprüfung oder eine vergleichbare Prüfung abgelegt hat.
- (2) Die Prüferinnen und Prüfer sind in ihrer Prüfungstätigkeit unabhängig.
- (3) Die Kandidatin oder der Kandidat kann für die Abschlussarbeit Prüferinnen und Prüfer vorschlagen. Der Vorschlag begründet keinen Anspruch.
- (4) Als Prüferinnen oder Prüfer werden in der Regel die für die Lehrveranstaltungen verantwortlichen Lehrenden bestellt. Die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses sorgt dafür, dass den Kandidatinnen und Kandidaten die Namen der Prüferinnen und Prüfer rechtzeitig, mindestens zwei Wochen vor dem Termin der jeweiligen Prüfung, bekannt gegeben werden. Die Bekanntmachung durch Aushang ist ausreichend.
- (5) Für eine schriftliche Prüfung (Klausur), die Gesamtbeurteilung und -bewertung einer Sammelmappe oder die Abschlussarbeit ist grundsätzlich eine Prüferin oder ein Prüfer, die oder der das Thema stellt und für die Durchführung der Prüfung verantwortlich ist, sowie eine Zweitprüferin oder ein Zweitprüfer zu bestellen, die oder der ihre oder seine Bewertung im Anschluss an die Bewertung durch die erste Prüferin oder den ersten Prüfer vornimmt. Von der Bestellung einer Zweitprüferin oder eines Zweitprüfers kann bei einer schriftlichen Prüfung (Klausur) sowie bei der Gesamtbeurteilung und -bewertung einer Sammelmappe abgewichen werden, wenn bei Nicht-Bestehen der jeweiligen Prüfung noch mindestens eine Wiederholungsmöglichkeit besteht.
- (6) Für eine mündliche Prüfung oder eine Präsentation mit Kolloquium sind grundsätzlich eine Prüferin oder ein Prüfer sowie eine Zweitprüferin oder ein Zweitprüfer, die oder der zu gleichen Teilen an der Durchführung der Prüfung beteiligt ist, oder eine sachkundige Beisitzerin oder ein sachkundiger Beisitzer, in deren Gegenwart die Prüfung abzulegen ist, zu bestellen. Von der Bestellung einer Zweitprüferin oder eines Zweitprüfers oder einer Beisitzerin oder eines Beisitzers kann abgewichen werden, wenn bei Nicht-Bestehen der jeweiligen Prüfung noch mindestens eine Wiederholungsmöglichkeit besteht.
- (7) Die Prüferinnen und Prüfer sowie die Beisitzerinnen und Beisitzer unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch die Vorsitzende oder den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zur Verschwiegenheit zu verpflichten

## **§ 7**

### **Anerkennung und Anrechnung von Studienleistungen und Prüfungsleistungen**

- (1) Leistungen, die in Studiengängen an anderen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen, an staatlichen oder staatlich anerkannten Berufsakademien oder in Studiengängen an ausländischen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen erbracht worden sind und über die Zugangsvoraussetzungen hinausgehen, werden auf Antrag anerkannt, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen kein wesentlicher Unterschied zu den Leistungen besteht, die ersetzt werden. Die anerkannten Leistungen werden als Studien- oder Prüfungsleistungen in Modulen dieser Prüfungsordnung angerechnet; sie können auch in Form eigener Module auf den Wahlpflichtbereich des Studiengangs angerechnet werden. Auf Antrag kann die Hochschule sonstige Kenntnisse und Qualifikationen auf der Grundlage vorgelegter Unterlagen anerkennen, wenn diese Kenntnisse und Qualifikationen den Prüfungsleistungen, die sie ersetzen sollen, nach Inhalt und Niveau gleichwertig sind.
- (2) Für die Anerkennung und Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen an ausländischen Hochschulen sind die von der Kultusministerkonferenz und der Hochschulrektorenkonferenz gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulpartnerschaften zu beachten. Im Übrigen kann bei Zweifeln das Akademische Auslandsamt sowie die Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen gehört werden.

- (3) Für die Anerkennung und Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in staatlich anerkannten Fernstudien oder in vom Land Nordrhein-Westfalen in Zusammenarbeit mit den anderen Ländern und dem Bund entwickelten Fernstudieneinheiten gelten die Absätze 1 und 2 entsprechend.
- (4) Über Anträge auf Anerkennung und Anrechnung nach den Absätzen 1 bis 3 entscheidet der Prüfungsausschuss. Die Antragstellerin oder der Antragsteller hat die für die Anerkennung und Anrechnung erforderlichen Unterlagen in der vom Prüfungsausschuss festgelegten Form vorzulegen. Über entsprechende Anträge ist innerhalb von drei Monaten nach vollständiger Vorlage aller erforderlichen Informationen zu dem jeweiligen Antrag zu entscheiden.
- (5) Werden Studienleistungen und Prüfungsleistungen angerechnet, sind die Noten - soweit die Notensysteme vergleichbar sind - zu übernehmen und in die Berechnung der Gesamtnote einzubeziehen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk "bestanden" aufgenommen. Die Anrechnung wird im Zeugnis gekennzeichnet.
- (6) Bei Vorliegen der Voraussetzungen der Absätze 1 bis 3 besteht ein Rechtsanspruch auf Anrechnung.
- (7) Wird die Anerkennung oder Anrechnung versagt, so ist dies zu begründen und der Antragstellerin oder dem Antragsteller unverzüglich schriftlich mit einer Rechtsbehelfsbelehrung versehen mitzuteilen.

## **§ 8**

### **Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß**

- (1) Eine Prüfungsleistung gilt als mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet, wenn die Kandidatin oder der Kandidat zu einem Prüfungstermin ohne triftige Gründe nicht erscheint oder wenn sie oder er nach Beginn der Prüfung ohne triftige Gründe von der Prüfung zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird. Die Kandidatin oder der Kandidat kann sich bis spätestens eine Woche vor dem jeweiligen Prüfungstermin ohne Angabe von Gründen von der Prüfung abmelden. Diese Regelung gilt nicht für die Abschlussarbeit. Darüber hinaus ist bei Inanspruchnahme von Schutzbestimmungen nach § 64 Absatz 5 HG ein jederzeitiger Rücktritt von einer Prüfung aus triftigem Grund möglich.
- (2) Die für den Rücktritt oder das Versäumnis nach Absatz 1 Satz 1 und 2 geltend gemachten Gründe müssen dem Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit der Kandidatin oder des Kandidaten kann die Vorlage eines ärztlichen Attestes, aus dem sich die Prüfungsunfähigkeit ergibt, verlangt werden. Die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses kann im Einzelfall die Vorlage eines Attestes einer oder eines vom Prüfungsausschuss benannten Vertrauensärztin oder Vertrauensarztes verlangen. Erkennt der Prüfungsausschuss die Gründe gemäß Satz 1 an, teilt er dies der Kandidatin oder dem Kandidaten schriftlich mit und setzt einen neuen Termin fest. Die bereits vorliegenden Prüfungsergebnisse sind in diesem Fall anzurechnen.
- (3) Versucht die Kandidatin bzw. der Kandidat, das Ergebnis ihrer bzw. seiner Prüfungsleistung durch Täuschung oder durch Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, gilt die betreffende Prüfungsleistung als mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet; die Feststellung wird von der jeweiligen Prüferin oder dem jeweiligen Prüfer getroffen und von ihr bzw. ihm oder dem jeweiligen Aufsicht Führenden aktenkundig gemacht und dem Prüfungsausschuss mitgeteilt. In schwerwiegenden Fällen oder im Wiederholungsfall kann der Prüfungsausschuss darüber hinaus die bisherigen Teilprüfungen für nicht bestanden erklären oder das Recht zur Wiederholung der Prüfung aberkennen und die gesamte Prüfung für endgültig nicht bestanden erklären. Eine Kandidatin oder ein Kandidat, die oder der den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von der jeweiligen Prüferin oder dem Prüfer oder Aufsicht Führenden in der Regel nach Abmahnung von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall gilt die betreffende Prüfungsleistung als mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet; die Gründe für den Ausschluss sind aktenkundig zu machen und dem Prüfungsausschuss mitzuteilen. In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die Kandidatin oder den Kandidaten darüber hinaus die bisherigen Teilprüfungen für nicht bestanden erklären, das Recht zur Wiederholung der Prüfung aberkennen, die gesamte Prüfung für endgültig nicht bestanden erklären und die Kandidatin oder den Kandidaten von der Erbringung weiterer Prüfungsleistungen ausschließen. Vor einer Entscheidung ist der oder dem Betroffenen Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

- (4) Die Kandidatin oder der Kandidat kann innerhalb von 14 Tagen verlangen, dass Entscheidungen nach Absatz 3 Satz 1 und Satz 3 vom Prüfungsausschuss überprüft werden.
- (5) Belastende Entscheidungen sind den Kandidatinnen und Kandidaten durch den Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- (6) Bei der Abgabe einer schriftlichen Hausarbeit, einer Sammelmappe oder bei der schriftlichen oder gestaltungspraktischen Vorbereitung einer Präsentation mit Kolloquium hat die Kandidatin oder der Kandidat schriftlich zu versichern, dass sie oder er die Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die zulässigen Quellen und Hilfsmittel benutzt hat sowie dass sie oder er die Stellen der Arbeit, die anderen Werken dem Wortlaut oder Sinn nach entnommen wurden, in jedem Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht hat. Entsprechendes gilt für beigegebene Zeichnungen, Kartenskizzen und Darstellungen.

## **II Masterprüfung**

### **§ 9**

#### **Zugangsvoraussetzungen**

- (1) Die Zugangsvoraussetzungen zum Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung erfüllen Bewerberinnen und Bewerber, die
  1. einen Bachelorstudiengang oder einen vergleichbaren Studiengang mit mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten (LP) in Industriedesign, Industrial Design, Produktdesign mit einem Studienschwerpunkt in der technischen oder strategischen Produktentwicklung oder in Maschinenbau oder in Wirtschaftswissenschaft jeweils mit dem Studienschwerpunkt in der Produkt- bzw. Innovationsentwicklung oder einen vergleichbaren Studiengang mit der Note 2,0 oder besser an einer Hochschule abgeschlossen haben; sofern das Vorliegen eines der oben genannten Studienabschlüsse nicht bereits aufgrund der Bewerbungsunterlagen eindeutig zu erkennen ist, lädt der Prüfungsausschuss die Bewerberin oder den Bewerber ggf. zu einem Kolloquium ein, um über das Vorliegen eines der oben genannten Studienschwerpunkte zu entscheiden,
  2. Sprachkenntnisse in Deutsch, mindestens auf der Niveaustufe DSH2 des europäischen Referenzrahmens für Sprache nachweisen, sowie
  3. die studiengangbezogene künstlerisch-gestalterische Eignung nachweisen, die in einem besonderen Verfahren gemäß der Ordnung zur Feststellung der studiengangbezogenen künstlerisch-gestalterischen Eignung für den Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung festgestellt wird;
  4. ein design-, strategie-, entwicklungs-, ökologie- oder interaktionorientiertes Praktikum von insgesamt 15 Wochen nachweisen. Davon müssen mindestens zehn Wochen bis zum Zeitpunkt der Immatrikulation in den Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung abgeleistet worden sein. Die fehlende Praktikumszeit ist spätestens bis zur Anmeldung der Abschlussarbeit (Master-Thesis) nachzuweisen.
- (2) Mit dem Antrag auf Feststellung der Zugangsvoraussetzungen für den Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung sind einzureichen:
  1. die für den Nachweis über die Erfüllung der in Absatz 1 genannten Zugangsvoraussetzungen erforderlichen Zeugnisse und Belege in amtlich beglaubigter Kopie; ausländische Zeugnisse sind zudem durch eine amtlich beglaubigte Übersetzung nachzuweisen,
  2. eine Erklärung darüber, ob die Bewerberin oder der Bewerber bereits eine für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderliche Prüfung in diesem oder einem gleichwertigen Studiengang im Geltungsbereich des Grundgesetzes nicht oder endgültig nicht bestanden hat, ob sie oder er seinen Prüfungsanspruch durch Versäumen einer Wiederholungsfrist verloren hat oder ob sie oder er sich in einem anderen Prüfungsverfahren befindet.
- (3) Die Zugangsvoraussetzungen zum Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung sind nicht erfüllt, wenn
  1. die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen nicht erfüllt sind oder
  2. die Bewerberin oder der Bewerber die Masterprüfung in einem einschlägigen Masterstudiengang oder eine für den erfolgreichen Abschluss erforderliche Prüfung in diesem oder

- einem gleichwertigen Studiengang an einer Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes oder eine zu einem solchen Abschluss führende Teilprüfung nicht oder endgültig nicht bestanden hat oder
3. die Bewerberin oder der Bewerber sich bereits an einer anderen Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes in demselben oder einem vergleichbaren Studiengang, insbesondere Industrial Design, Industriedesign, Produktdesign, Technisches Design, Wirtschaftswissenschaft oder Maschinenbau, in einem Prüfungsverfahren befindet. Als Prüfungsverfahren gilt bei studienbegleitenden Prüfungen jede einzelne Prüfung; bei Blockprüfungen die gesamte Masterprüfung oder Diplomprüfung.
  - (4) Liegen die Unterlagen nach den Absätzen 1 und 2 aus von der Bewerberin bzw. dem Bewerber nicht zu vertretenden Gründen noch nicht vollständig vor, kann der Prüfungsausschuss ausnahmsweise den Zugang zum Masterstudium unter dem Vorbehalt des vollständigen Nachweises für einen Zeitraum von bis zu einem Semester nach Einschreibung aussprechen (§ 49 Abs. 6 Satz 4 HG). Diese Frist kann durch den Prüfungsausschuss verlängert werden, sofern die Zugangsvoraussetzung nach § 1 Absatz 1 Ziffer 1 erfüllt ist.
  - (5) Der Prüfungsausschuss entscheidet auf Grund der vorgelegten Unterlagen über den Zugang. Das Ergebnis des Zugangsverfahrens wird der Bewerberin oder dem Bewerber unverzüglich schriftlich mitgeteilt. Ein ablehnender Bescheid ist zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

## § 10

### Umfang und Art der Masterprüfung

- (1) Die Leistungspunkte sind in den folgenden Modulen nach Maßgabe der Modulbeschreibung (Anhang) zu erwerben. Die Modulbeschreibung ist Bestandteil dieser Prüfungsordnung.

#### Bereich Qualifikation - 1. Semester

M1 (2016)	Design Thinking	6 LP
M2 (2016)	Projekt Management	6 LP
M3 (2016)	Markenstrategie	6 LP
M4 (2016)	Designkritik	6 LP
M5 (2016)	Innovatives Projekt	6 LP
M6 (2016)	Design & gesellschaftliche Verantwortung	6 LP

#### Bereich Methoden & Prozesse - 2. Semester

M7 (2016)	Soziale Kompetenzen	6 LP
M8 (2016)	Business Organisation	6 LP
M9 (2016)	Strategisches Design	6 LP
M10 (2016)	Forschungsmethoden	6 LP
M11 (2016)	Innovationsentwicklung	6 LP
M12 (2016)	Forschungs- und Strategieprojekt 1	6 LP

#### Bereich Integration & Implementation - 3. Semester

M13 (2016)	Experience & Interaction Design	6 LP
M14 (2016)	Business Management	6 LP
M15 (2016)	Design & Unternehmensstrategie	6 LP
M16 (2016)	Design & Nachhaltigkeit	6 LP
M17 (2016)	Innovations- und Projekt Management	6 LP
M18 (2016)	Forschungs- und Strategieprojekt 2	6 LP

#### Bereich Thesis - 4. Semester

M19-1 (2016)	Masterthesis: Theoretische Thesis oder	30 LP
M19-2 (2016)	Masterthesis: Praxisorientierte Thesis	30 LP

- (2) In jedem der Bereiche „Qualifikation“, „Methoden & Prozesse“, „Integration & Implementation“ und im Bereich „Thesis“ sind von den Studierenden Module im Umfang von jeweils 30 LP zu absolvieren. Die Module M12 und M18 sind dabei für alle Studierenden verpflichtend.



- (3) Die Kandidatin oder der Kandidat legt, ausgehend von ihrer oder seiner Vorbildung im Rahmen einer Beratung durch eine vom Prüfungsausschuss benannte Prüferin oder einen vom Prüfungsausschuss benannten Prüfer, diejenigen Module fest, die im Bereich „Qualifikation“ zu absolvieren sind. Diese Festlegung legt sie oder er spätestens bei der Anmeldung zur ersten Modulabschlussprüfung dem Prüfungsausschuss vor.
1. Für Absolventinnen und Absolventen eines Bachelorstudienganges des Industriedesigns, Industrial Designs, Produktdesigns oder eines vergleichbaren Studienganges sind dabei die Module M2, M3, M4, M5 und M6 verpflichtend. Durch Auswahl der übrigen Module können die Studierenden in den Bereichen eigene Schwerpunkte setzen.
  2. Für Absolventinnen und Absolventen eines Bachelorstudienganges des Maschinenbaus oder eines vergleichbaren Studienganges sind dabei die Module M1, M2, M3, M4 und M6 verpflichtend. Durch Auswahl der übrigen Module können die Studierenden in den Bereichen eigene Schwerpunkte setzen.
  3. Für Absolventinnen und Absolventen eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudienganges oder eines vergleichbaren Studienganges sind dabei die Module M1, M3, M4, M5, M6 verpflichtend, dieses gilt ebenso für die Module M7, M9; M10, M11 und M12 im Bereich Methoden und Prozesse und für die Module M13, M15; M16; M17 und M18 im Bereich Integration und Implementation.
- (4) Die Leistungspunkte (LP) werden durch Prüfungen oder unbenotete Studiennachweise auf Grund individuell erkennbarer Leistungen entsprechend den Modulbeschreibungen erworben. Die Prüfungen sind zu benoten (§ 19). Sofern die Modulbeschreibungen nichts anderes festlegen, wird die Form, in der ein unbenoteter Studiennachweis zu erbringen ist, nach Maßgabe der oder des jeweiligen Lehrenden festgelegt.
- (5) Auf Grundlage der Modulbeschreibung (Anhang) wird ein Modulhandbuch erstellt. Das Modulhandbuch enthält verbindliche und detaillierte Angaben zu
- den zu erwerbenden Studienergebnissen,
  - den Modulkomponenten, insbesondere zu deren Inhalten sowie Veranstaltungsformen und -umfang,
  - der Verteilung der Arbeitslasten auf die einzelnen Modulkomponenten einschließlich ihrer Verteilung auf Vorbereitung, Teilnahme und Nachbereitung,
  - den verpflichtenden oder empfohlenen Voraussetzungen für die Teilnahme an Veranstaltungen und Prüfungen,
  - den Wahlmöglichkeiten zwischen den alternativen Modulkomponenten und
  - dem Umfang der Arbeitslast der Modulprüfung und unbenoteten Studienleistungen, soweit dieser nicht schon in der ausgewiesenen Arbeitslast der Modulkomponenten festgelegt ist, sowie ergänzende Angaben, die das Studium und die Prüfung näher beschreiben.
- Das Modulhandbuch ist in geeigneter Weise zu veröffentlichen. Es ist bei Bedarf und unter Berücksichtigung der Vorgaben des Absatzes 3 und der Modulbeschreibung (Anhang) an diese anzupassen.

## § 11

### **Erfassung, Anrechnung, Mitteilung und Bekanntgabe von Leistungspunkten und Prüfungsleistungen**

- (1) Für jede Studierende und jeden Studierenden, die oder der in das Masterstudium eingeschrieben wird, richtet der Prüfungsausschuss ein Leistungspunktekonto ein. Im Leistungspunktekonto werden die erworbenen Leistungspunkte sowie die mit Prüfungen verbundenen Benotungen durch den Prüfungsausschuss erfasst. Bei der Erfassung einer individuell erkennbaren Leistung, die nicht durch eine Prüfung nachgewiesen wird, wird eine Note nicht berücksichtigt. Im Rahmen der organisatorischen Möglichkeiten können die Studierenden in ihre Leistungspunktekonten Einblick nehmen.
- (2) Erworbenene Leistungspunkte werden zur Erlangung des Abschlusses Master of Arts Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung nur einmal angerechnet.
- (3) Der Nachweis einer individuell erkennbaren Leistung durch eine unbenotete Studienleistung, eine Prüfung oder ggf. die Einzelleistung einer Sammelmappe wird durch die Prüferin oder den Prüfer unverzüglich dem Prüfungsausschuss in einer von diesem vorgegebenen Form mitgeteilt. Sofern die Modulbeschreibungen nichts anderes vorsehen, kann die Prüferin oder der Prüfer der Kandi-

datin oder dem Kandidaten einen unbenoteten Studiennachweis, das Ergebnis einer uneingeschränkt wiederholbaren Prüfung oder die Einzelleistung einer Sammelmappe abweichend hiervon bescheinigen. Zur Anrechnung der Leistungspunkte auf ihrem oder seinem Leistungspunktekonto legt die Kandidatin oder der Kandidat diese Bescheinigung dem Prüfungsausschuss vor.

- (4) Die Bekanntgabe des Ergebnisses einer Prüfung erfolgt durch den Prüfungsausschuss aufgrund der gemäß Absatz 3 erfolgten Mitteilung der Prüferin oder des Prüfers. Das Ergebnis einer mündlichen Prüfung oder einer Präsentation mit Kolloquium wird der Kandidatin oder dem Kandidaten im Anschluss an die Prüfung durch die Erstprüferin oder den Erstprüfer mitgeteilt. Das Ergebnis einer schriftlichen Prüfung (Klausur) wird innerhalb von acht Wochen nach der Prüfung bescheinigt oder bekanntgegeben. Das Ergebnis der Gesamtbewertung einer Sammelmappe wird innerhalb von acht Wochen nach dem Erbringen der letzten Einzelleistung bescheinigt oder bekanntgegeben. Das Ergebnis der Gesamtbewertung einer Abschlussarbeit wird der Kandidatin oder dem Kandidaten im Anschluss an die Präsentation mit Kolloquium durch die Erstprüferin oder den Erstprüfer mitgeteilt und spätestens vier Wochen nach der Präsentation mit Kolloquium bescheinigt oder bekanntgegeben. Innerhalb von vier Wochen nach Bescheinigung oder Bekanntgabe des Ergebnisses einer schriftlichen Prüfung (Klausur) oder einer Abschlussarbeit ist der Kandidatin oder dem Kandidaten Gelegenheit zur Einsicht in ihre oder seine Prüfungsleistung und die darauf bezogene Bewertung sowie bei Abschlussarbeiten in die Begutachtung zu geben.
- (5) Ist eine für den erfolgreichen Abschluss des Masterstudienganges notwendige Prüfung endgültig nicht bestanden oder gilt sie als endgültig nicht bestanden, erteilt die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses der Kandidatin oder dem Kandidaten hierüber einen schriftlichen Bescheid. Der Bescheid über die endgültig nicht bestandene Prüfung ist mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- (6) Hat die Kandidatin oder der Kandidat eine für den erfolgreichen Abschluss des Masterstudienganges notwendige Prüfung endgültig nicht bestanden, wird ihr oder ihm auf Antrag und gegen Vorlage der entsprechenden Nachweise durch den Prüfungsausschuss eine schriftliche Bescheinigung ausgestellt, welche die in diesem Studiengang erbrachten Leistungen mit den erworbenen Leistungspunkten und gegebenenfalls Noten nach § 4 Abs. 1, die in diesem Studiengang nicht bestandenen Prüfungen sowie die zum erfolgreichen Abschluss des Masterstudiengangs noch fehlenden Leistungen enthält und erkennen lässt, dass die Masterprüfung endgültig nicht bestanden ist.

#### **§ 11a Nachteilsausgleich**

- (1) Machen die Kandidatinnen und Kandidaten durch ein ärztliches Zeugnis glaubhaft, dass sie wegen länger andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung nicht in der Lage sind, die Prüfung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, hat die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses den Kandidatinnen und Kandidaten zu gestatten, gleichwertige Prüfungsleistungen in einer anderen Form zu erbringen. Entsprechendes gilt für Studienleistungen.
- (2) Für Schwerbehinderte im Sinne des Sozialgesetzbuches IX, für Körperbehinderte und für chronisch Kranke sind Ausnahmen von den prüfungsrechtlichen und -organisatorischen Regelungen und Fristen zu treffen, die die Behinderung oder chronische Erkrankung angemessen berücksichtigen. Der Antrag ist mit der Anmeldung zur ersten Modulprüfung zu verbinden.
- (3) Für Studierende, für die die Schutzbestimmungen entsprechend den §§ 3, 4, 6 und 8 des Mutterschutzgesetzes gelten oder für die die Fristen des Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetzes (BEEG) über die Elternzeit greifen, legt der Prüfungsausschuss die in dieser Prüfungsordnung geregelten Prüfungsbedingungen auf Antrag der oder des Studierenden unter Berücksichtigung des Einzelfalls fest.

#### **§ 12 Mündliche Prüfungen**

- (1) In mündlichen Prüfungen soll festgestellt werden, ob die Kandidatin oder der Kandidat Zusammenhänge der Prüfungsgebiete erkennen und darzustellen kann sowie spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen und zu beantworten vermag.
- (2) Prüfungen in Form von mündlichen Prüfungen sind als Einzelprüfung oder als Prüfung einer Gruppe mit bis zu drei Kandidaten abzulegen. Dabei ist sicherzustellen, dass der Beitrag jeder einzelnen Kandidatin oder jedes einzelnen Kandidaten erkennbar und getrennt zu bewerten ist.

- (3) Die wesentlichen Gegenstände und Ergebnisse der Prüfung sind in einem Protokoll festzuhalten. Sofern mehrere Prüferinnen oder Prüfer an der Prüfung beteiligt sind, ist zudem festzuhalten, in welchen Prüfungsteilen die jeweilige Prüferin oder der jeweilige Prüfer geprüft hat.
- (4) Vor der Festsetzung der Note hat die Prüferin oder der Prüfer gegebenenfalls die Beisitzerin oder den Beisitzer zu hören.
- (5) Der Prüfungsausschuss kann Studierenden des gleichen Studienganges bei mündlichen Prüfungen auf Antrag die Teilnahme als Zuhörerinnen und Zuhörer ermöglichen, sofern die Kandidatin oder der Kandidat dem nicht widerspricht. Die Teilnahme erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses an die Kandidatin oder den Kandidaten.

### **§ 13**

#### **Schriftliche Prüfungen unter Aufsicht (Klausuren)**

In schriftlichen Prüfungen unter Aufsicht (Klausuren) soll festgestellt werden, ob die Kandidatin oder der Kandidat in der Lage ist, in einem begrenzten Zeitrahmen mit begrenzten Hilfsmitteln eine den Anforderungen entsprechende Aufgabe zu lösen.

### **§ 14**

#### **Schriftliche Hausarbeiten**

- (1) In Prüfungen in Form schriftlicher Hausarbeiten soll festgestellt werden, ob die Kandidatin oder der Kandidat in der Lage ist, in einer begrenzten Zeit eine den Anforderungen entsprechende Aufgabe inhaltlich und methodisch selbstständig zu bearbeiten und das Ergebnis fachlich und sprachlich angemessen darzustellen.
- (2) Thema, Umfang und Bearbeitungszeit der schriftlichen Hausarbeit werden von einer Prüferin oder einem Prüfer festgelegt. Bei eingeschränkt wiederholbaren Prüfungen durch schriftliche Hausarbeit werden diese Festlegungen durch die Prüferin oder den Prüfer aktenkundig gemacht.
- (3) Die schriftliche Hausarbeit ist fristgemäß bei der Prüferin oder dem Prüfer in einfacher Ausfertigung abzuliefern. Eine elektronische Fassung der Hausarbeit sowie der ggf. bei einer empirischen Arbeit verwendeten Daten ist der gedruckten Fassung zum Zweck der Plagiatsprüfung beizufügen. Der Prüfungsausschuss kann hierzu ein Dateiformat und die Art des Datenträgers vorgeben.

### **§ 15**

#### **Präsentation und Kolloquium**

- (1) In Prüfungen in Form einer Präsentation mit Kolloquium soll festgestellt werden, ob die Kandidatin oder der Kandidat ein wissenschaftliches und/oder gestaltungspraktisches Thema selbstständig bearbeiten und das Ergebnis angemessen darstellen und vermitteln kann sowie in einem Kolloquium zu erläutern, argumentativ zu verteidigen und zu erörtern vermag. Die vorbereitete Präsentation geht einschließlich der gestaltungspraktischen Arbeit in die Bewertung ein, sofern die Modulbeschreibungen nichts anderes festlegen. Die Modulbeschreibungen legen zudem fest, auf welche Bereiche des Moduls sich die Präsentation bezieht.
- (2) § 12 Abs. 2 bis 5 gilt entsprechend.

### **§ 16**

#### **Sammelmappe**

- (1) Bei der Prüfungsform der Sammelmappe erarbeitet die Kandidatin oder der Kandidat mehrere über ein oder mehrere Semester verteilte Aufgabenstellungen in Form von bearbeiteten Übungsaufgaben, Protokollen, Vorträgen oder anderen Leistungen, die auf ein Modul bezogen auch aus mehreren Modulkomponenten und Lehrveranstaltungen stammen können.
- (2) Die Ergebnisse der Einzelleistungen werden durch eine Prüferin oder einen Prüfer, die oder der nach § 6 Abs. 5 bestellt wird, in einer Gesamtbetrachtung begutachtet und bewertet. Die Modulbeschreibungen können über diese Form der Sammelmappe mit Begutachtung hinaus festlegen, dass Begutachtung und Bewertung der gesamten Sammelmappe mit einer abschließenden Einzelleistung in Form entweder einer mündlichen Prüfung, einer schriftlichen Prüfung (Klausur) oder einer fachpraktischen Prüfung nach den an anderer Stelle der Prüfungsordnung getroffenen Regelungen verbunden ist. Die festzulegende Note (§ 19 Abs. 1) schließt alle im Rahmen der Sam-

melmappe erbrachten Leistungen ggf. einschließlich der vorgenannten abschließenden Prüfung ein.

- (3) Die Modulbeschreibungen können festlegen, dass die Einzelleistungen der Sammelmappe durch die jeweilige Lehrende oder den jeweiligen Lehrenden unverbindlich vorbegutachtet und vorbewertet werden, sofern die Lehrende oder der Lehrende für die Vorbegutachtung und Vorbewertung zur Prüferin oder zum Prüfer nach § 8 Abs. 4 bestellt ist. Sofern die Zahl der geforderten Einzelleistungen die Anzahl der Modulkomponenten nicht übersteigt, können die Modulbeschreibungen zudem festlegen, dass diese Vorbegutachtung von Einzelleistungen gegenüber dem Prüfungsausschuss dokumentiert werden, der diese Vorbewertung der Prüferin oder dem Prüfer für die abschließende Gesamtbegutachtung und -bewertung der Sammelmappe zur Verfügung stellt.
- (4) Der Prüfungsausschuss gibt zu geeigneter Zeit, in der Regel spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit, bekannt, in welcher Form und Frist die Einzelleistungen der Sammelmappe zu erbringen, auf welche Weise sie zu dokumentieren und ggf. durch die zur Prüferin bestellte Lehrende oder den zum Prüfer bestellten Lehrenden vorzubegutachten sind.
- (5) Muss eine Prüfung in Form einer Sammelmappe wiederholt werden, so legt die für die Gesamtbegutachtung und -bewertung bestellte Prüferin oder der hierzu bestellte Prüfer gegebenenfalls fest, welche der in der Sammelmappe nachzuweisenden Einzelleistungen nicht wiederholt werden müssen, und macht dies aktenkundig. Die nicht zu wiederholenden Einzelleistungen müssen für die erneute Gesamtbegutachtung und -bewertung erneut vorgelegt werden.

## **§ 17**

### **Abschlussarbeit („Master-Thesis“)**

- (1) Die Abschlussarbeit (Master-Thesis) soll als Prüfung zu dem Modul „Abschlussprojekt“ zeigen, dass die Kandidatin oder der Kandidat das Fachgebiet des Studienganges beherrscht und in der Lage ist, ein Problem aus dem Fachgebiet des Studienganges in einer begrenzten Zeit inhaltlich und methodisch selbstständig wissenschaftlich oder/und gestaltungspraktisch zu bearbeiten und das Ergebnis fachlich, sprachlich und ggf. gestaltungspraktisch angemessen darzustellen. Die Abschlussarbeit ist in deutscher Sprache abzufassen; nach Wahl der Kandidatin oder des Kandidaten und mit Zustimmung der Prüferin oder des Prüfers kann sie auch in der englischen Sprache abgefasst werden.
- (2) Die Abschlussarbeit umfasst – entsprechend der in den Modulbeschreibungen der Module M19-1 bzw. M19-2 konkretisierten Nachweise – mehrere Einzelleistungen. Die fristgerechte Abgabe der Dokumentation der Einzelleistungen gemäß der Modulbeschreibung, für die eine Vorbegutachtung vorgesehen ist, ist Zulassungsvoraussetzung zur Präsentation mit Kolloquium. Alle anderen Einzelleistungen sind den Prüferinnen und Prüfern spätestens während der Präsentation mit Kolloquium zu dokumentieren. Für die Durchführung der Präsentation mit Kolloquium gilt § 12 Abs. 2 bis 5 entsprechend. Die in den Modulbeschreibungen genannten Einzelleistungen der Abschlussarbeit werden unter Berücksichtigung der Vorbegutachtungen im Anschluss an die Präsentation mit Kolloquium in einer Gesamtbetrachtung abschließend begutachtet und bewertet.
- (3) Voraussetzung für die Ausgabe des Themas der Abschlussarbeit ist der Nachweis von mindestens 78 LP auf dem Leistungspunktekonto.
- (4) Das Thema der Abschlussarbeit wird von einer Prüferin oder einem Prüfer festgelegt, die oder der von dem Prüfungsausschuss gemäß § 6 Abs. 1 bestellt wird, und dem Prüfungsausschuss mitgeteilt. Die Abschlussarbeit wird in der Regel von dieser Prüferin oder diesem Prüfer betreut. Der Kandidatin oder dem Kandidaten ist Gelegenheit zu geben, die Prüferin oder den Prüfer sowie ein Thema für die Abschlussarbeit vorzuschlagen. Der Vorschlag begründet keinen Anspruch.
- (5) Die Abschlussarbeit kann auch in Form einer Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag der einzelnen Kandidatin oder des einzelnen Kandidaten auf Grund der Angabe von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen objektiven Kriterien, die eine eindeutige Abgrenzung ermöglichen, deutlich unterscheidbar und bewertbar ist und die Anforderungen nach Absatz 1 erfüllt.
- (6) Auf Antrag der Kandidatin oder des Kandidaten sorgt die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses dafür, dass die Kandidatin oder der Kandidat rechtzeitig ein Thema für eine Abschlussarbeit erhält.
- (7) Die Ausgabe des Themas der Abschlussarbeit erfolgt über die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses. Der Zeitpunkt der Ausgabe ist aktenkundig zu machen.

- (8) Das Thema der Abschlussarbeit muss eine klar umrissene wissenschaftliche oder gestaltungspraktische Fragestellung des Studiengangs zum Gegenstand haben. Vorarbeiten aus der Modulkomponente a) „Vorbereitungsstudie“ fließen in die Abschlussarbeit ein. Die Abschlussarbeit wird studienbegleitend erstellt. Das Thema und die Aufgabenstellung müssen so beschaffen sein, dass alle Einzelleistungen mit einem Gesamtarbeitsumfang von 20 LP abgeschlossen werden können. Die Abgabefrist beträgt für die zur Vorbegutachtung einzureichenden Einzelleistungen vier Monate. Im Einzelfall kann der Prüfungsausschuss auf begründeten Antrag der Kandidatin oder des Kandidaten diese Abgabefrist um bis zu drei Wochen verlängern. Das Thema kann nur einmal und nur innerhalb der ersten zwei Wochen der Bearbeitungszeit zurückgegeben werden.
- (9) Die in den Modulbeschreibungen zur Vorbegutachtung geforderten Einzelleistungen sind in dreifacher Ausfertigung fristgemäß beim Prüfungsausschuss abzuliefern. Bei gestaltungspraktischen Aufgabenstellungen beinhaltet dies anstelle von Originalexemplaren gestaltungspraktischer Arbeiten deren fotografische Dokumentation (Ausdruck A4). Nach dieser Dokumentation dürfen bis zur Präsentation mit Kolloquium am Originalexemplar keine Veränderungen mehr vorgenommen werden. Versucht die Kandidatin oder der Kandidat, das Ergebnis ihrer oder seiner Prüfungsleistung durch nachträgliche Veränderung zu beeinflussen, stellt dies einen Täuschungsversuch im Sinne von § 8 Abs. 3 Satz 1 dar und ist entsprechend zu behandeln. Eine elektronische Fassung der zur Vorbegutachtung geforderten Einzelleistungen ggf. einschließlich der fotografischen Dokumentation der Originalexemplare gestaltungspraktischer Arbeiten sowie der ggf. bei einer digitalen Recherche- oder Gestaltungsarbeit verwendeten Daten ist der gedruckten Fassung insbesondere zum Zweck der Plagiatsprüfung beizufügen. Der Prüfungsausschuss kann hierzu ein Dateiformat und die Art des Datenträgers vorgeben. Der Abgabezeitpunkt ist aktenkundig zu machen. Wird die Abschlussarbeit nicht fristgemäß abgeliefert, gilt sie gemäß § 8 Abs. 1 Satz 2 als mit "nicht ausreichend" (5,0) bewertet.
- (10) Die Präsentation mit Kolloquium soll spätestens sechs Wochen nach dem spätesten möglichen Abgabetermin der zur Vorbegutachtung zu dokumentierenden Einzelleistungen der Abschlussarbeit durchgeführt werden. Bei gestaltungspraktischen Aufgabenstellungen umfasst das Kolloquium auch die Präsentation der Originalexemplare gestaltungspraktischer Arbeiten, sofern die Modulbeschreibung gestaltungspraktische Arbeiten als Teil der Abschlussarbeit vorsieht. Die Originalexemplare werden den Studierenden nach Abschluss der Prüfung zurückgegeben. Sie werden nicht in die Prüfungsakten aufgenommen.
- (11) Bei der Abgabe der zur Vorbegutachtung zu dokumentierenden Einzelleistungen hat die Kandidatin oder der Kandidat schriftlich zu versichern, dass sie oder er alle schriftlichen und gestaltungspraktischen Teile der Abschlussarbeit – bei einer Gruppenarbeit ihren entsprechend gekennzeichneten Anteil der Arbeit – selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie die Stellen der Abschlussarbeit, die anderen Werken dem Wortlaut oder Sinn nach entnommen wurden, in jedem Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht hat. Entsprechendes gilt für beigegebene Zeichnungen, Kartenskizzen und Darstellungen. Es ist ggf. zu kennzeichnen und als Anhang nachzuweisen, wenn entsprechend der Themenstellung Vorarbeiten eines anderen Moduls in die Abschlussarbeit eingeflossen sind.
- (12) Die zur Vorbegutachtung eingereichten Einzelleistungen der Abschlussarbeit werden bis zur Präsentation mit Kolloquium durch zwei Prüferinnen bzw. Prüfer vorbegutachtet und -bewertet. Unter Berücksichtigung dieser Vorbegutachtungen sind zudem alle Teile der Abschlussarbeit von zwei Prüferinnen bzw. Prüfern abschließend in einer Gesamtbetrachtung zu begutachten und zu bewerten. Mindestens eine Prüferin oder ein Prüfer der Abschlussarbeit muss zum Kreis der Professorinnen und Professoren gehören, die im Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung lehren. Eine oder einer von ihnen soll die oder derjenige sein, die oder der das Thema festgelegt und die Arbeit betreut hat. Die einzelne Gesamtbewertung ist schriftlich zu begründen. Die Zweitprüferin oder der Zweitprüfer kann auf ein eigenständiges Gutachten verzichten und dem Urteil des ersten Prüfers beitreten.
- (13) Die Abschlussarbeit kann einmal wiederholt werden. Die Kandidatin oder der Kandidat erhält in diesem Fall ein neues Thema. Eine Rückgabe des Themas der Abschlussarbeit in der in Abs. 8 Satz 7 genannten Frist ist jedoch nur zulässig, wenn die Kandidatin oder der Kandidat bei der Anfertigung ihrer ersten Abschlussarbeit von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch gemacht hat.

## § 18 – entfällt

### § 19

#### **Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Noten und Bestehen der Masterprüfung**

- (1) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von der jeweiligen Prüferin oder dem jeweiligen Prüfer festgesetzt. Für die Bewertung sind folgende Noten zu verwenden:
- |                       |  |
|-----------------------|--|
| 1 = sehr gut          | = eine hervorragende Leistung;   |
| 2 = gut               | = eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt;    |
| 3 = befriedigend      | = eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht;                  |
| 4 = ausreichend       | = eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt;             |
| 5 = nicht ausreichend | = eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt. |

Zur differenzierten Bewertung der Prüfungsleistungen können Zwischenwerte durch Erniedrigen oder Erhöhen der einzelnen Noten um 0,3 gebildet werden. Die Bildung der Noten 0,7; 4,3; 4,7 und 5,3 ist dabei ausgeschlossen.

- (2) Die Modulnote lautet:
- |   |                      |
|---|----------------------|
| bei einem Durchschnitt bis 1,5          | = sehr gut;          |
| bei einem Durchschnitt über 1,5 bis 2,5 | = gut;               |
| bei einem Durchschnitt über 2,5 bis 3,5 | = befriedigend;      |
| bei einem Durchschnitt über 3,5 bis 4,0 | = ausreichend,       |
| bei einem Durchschnitt über 4,0         | = nicht ausreichend. |
- Bei Bildung einer Modulnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.
- (3) Die Masterprüfung ist bestanden, wenn die Leistungspunkte gemäß § 10 vorliegen und die Abschlussarbeit mit der Note "ausreichend" oder besser bewertet worden ist.
- (4) Die Gesamtnote der Masterprüfung ergibt sich aus dem nach Leistungspunkten gewichteten arithmetischen Mittel der Modulnoten sowie der Note der Abschlussarbeit. Bei Bildung der Gesamtnote wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Die Gesamtnote einer bestandenen Masterprüfung lautet:
- |   |                 |
|---|-----------------|
| bei einem Durchschnitt bis 1,5          | = sehr gut;     |
| bei einem Durchschnitt über 1,5 bis 2,5 | = gut;          |
| bei einem Durchschnitt über 2,5 bis 3,5 | = befriedigend; |
| bei einem Durchschnitt über 3,5 bis 4,0 | = ausreichend.  |
- (4) An Stelle der Gesamtnote "sehr gut" nach Absatz 3 wird das Gesamturteil "mit Auszeichnung bestanden" erteilt, wenn die Abschlussarbeit mit 1,0 bewertet und der Durchschnitt aller anderen Noten der Masterprüfung nicht schlechter als 1,3 ist.
- (5) Die Gesamtnoten der erfolgreichen Studierenden aus dem Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung der beiden vergangenen Studienjahre werden in einer Tabelle dargestellt, welche die im Studiengang vergebenen Gesamtnoten (1 bis 4), die Anzahl der Studierenden, die diese Gesamtnoten jeweils erreichten und den prozentualen Anteil dieser Noten an der Gesamtsumme enthält (ECTS-Grading-Table). Für die Gesamtnote erhalten die Kandidatinnen und Kandidaten zusätzlich die folgenden ECTS Noten:
- die besten 10 % die Note A
  - die nächsten 25 % die Note B
  - die nächsten 30 % die Note C
  - die nächsten 25 % die Note D
  - die nächsten 10 % die Note E.

### § 20

#### **Zusatzleistungen**

- (1) Die Kandidatinnen und Kandidaten können weitere als die vorgeschriebenen Leistungspunkte erwerben.

- (2) Als Zusatzleistung gelten Module dieses Masterstudiengangs, die zusätzlich erfolgreich abgeschlossen werden. Zusätzlich erfolgreich abgeschlossene Module aus anderen Studiengängen können nur in Abstimmung mit dem Prüfungsausschuss als Zusatzleistung gewertet werden. Zusatzleistungen werden auf Antrag auf dem Zeugnis dokumentiert. Diese Leistungspunkte und Benotungen werden bei der Festsetzung der Gesamtnote nicht mit einbezogen.

## **§ 21 Zeugnis**

- (1) In der Regel wird innerhalb von vier Wochen nach dem Erwerb aller LP über das erfolgreich abgeschlossene Masterstudium ein Zeugnis ausgestellt, das die Noten und LP der Module einschließlich des Moduls „Abschlussarbeit (Master-Thesis)“, das Thema der Abschlussarbeit, die Gesamtnote, die Gesamtnote gemäß ECTS und die ECTS-Grading- Table enthält. Als Datum des Zeugnisses ist der Tag anzugeben, an dem der letzte LP erfolgreich erworben wurde.
- (2) Auf Antrag der Absolventin oder des Absolventen werden in das Zeugnis auch die Ergebnisse der Prüfungen und unbenoteten Studienleistungen in Zusatzmodulen, Ergebnisse weiterer Prüfungen, die nicht in die Berechnung der Gesamtnote eingebracht werden, und die bis zum Abschluss des Masterstudienganges Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung benötigte Fachstudiendauer aufgenommen.

## **§ 22 Masterurkunde**

- (1) Gleichzeitig mit dem Zeugnis wird den Kandidatinnen und Kandidaten die Masterurkunde mit dem Datum des Zeugnisses ausgehändigt. Darin wird die Verleihung des Mastergrades gemäß § 3 beurkundet. Die Masterurkunde wird von der Dekanin bzw. dem Dekan der Fakultät für Design und Kunst sowie von der bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet und mit dem Siegel der Fakultät für Design und Kunst versehen.
- (2) Die Bergische Universität Wuppertal stellt ein Diploma Supplement (DS) entsprechend dem "Diploma Supplement Model" der Europäischen Kommission, des Europarates und der UNESCO/CEPES aus. Als Darstellung des nationalen Bildungssystems (DS-Abschnitt 8) wird der zwischen der Kultusministerkonferenz der Länder und der Hochschulrektorenkonferenz abgestimmte Text in der jeweils geltenden Fassung verwendet. Auf Antrag der Kandidatin oder des Kandidaten händigt die Bergische Universität Wuppertal zusätzlich zur Ausstellung des Diploma Supplement Übersetzungen der Urkunden und Zeugnisse in englischer Sprache aus.

## **III Schlussbestimmungen**

### **§ 23 Ungültigkeit der Masterprüfung, Aberkennung des Mastergrades**

- (1) Hat eine Kandidatin oder ein Kandidat beim Erwerb der Leistungspunkte getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, kann der Prüfungsausschuss nachträglich die Noten für diejenigen Leistungen, bei deren Erbringung getäuscht wurde, entsprechend berichtigen und die Prüfung ganz oder teilweise für nicht bestanden erklären.
- (2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zum Erwerb von Leistungspunkten nicht erfüllt, ohne dass die Kandidatin oder der Kandidat hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach der Aushändigung des Zeugnisses bekannt, wird dieser Mangel durch erfolgreichen Erwerb der Leistungspunkte geheilt. Hat die Kandidatin oder der Kandidat die Zulassung vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, entscheidet der Prüfungsausschuss unter Beachtung des Verwaltungsverfahrensgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen über die Rechtsfolgen.
- (3) Vor einer Entscheidung ist den Betroffenen Gelegenheit zur Äußerung zu geben.
- (4) Das unrichtige Zeugnis ist einzuziehen und gegebenenfalls ein neues Zeugnis zu erteilen. Eine Entscheidung nach Absatz 1 und Absatz 2 Satz 2 ist nach einer Frist von fünf Jahren nach Ausstellung des Zeugnisses ausgeschlossen.
- (5) Ist die Prüfung insgesamt für nicht bestanden erklärt worden, ist der Mastergrad abzuerkennen und die Masterurkunde einzuziehen.

**§ 24**  
**Einsicht in die Prüfungsakten**

- (1) Innerhalb eines Jahres nach Aushändigung des Zeugnisses wird der Kandidatin oder dem Kandidaten auf Antrag Einsicht in die Prüfungsunterlagen, die darauf bezogenen Gutachten und in die Prüfungsprotokolle gewährt.
- (2) Der Antrag ist bei der oder dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zu stellen. Die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses bestimmt Ort und Zeit der Einsichtnahme.

**§ 25**  
**Übergangsbestimmungen**

Diese Prüfungsordnung findet auf alle Studierenden Anwendung, die für den Masterstudiengang Strategische Produkt- und Innovationsentwicklung ab dem Wintersemester 2016/2017 erstmalig an der Bergischen Universität Wuppertal eingeschrieben sind.

Studierende, die ihr Studium nach der Prüfungsordnung vom 26.07.2011 (Amtl. Mittlg. 45/11) aufgenommen haben, können ihre Modulprüfungen bis zum 31.03.2019 ablegen, es sei denn, dass sie die Anwendung dieser neuen Prüfungsordnung beim Prüfungsausschuss beantragen. Der Antrag auf Anwendung der neuen Prüfungsordnung ist unwiderruflich.

**§ 26**  
**In-Kraft-Treten, Veröffentlichung**

Diese Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen als Verkündungsblatt der Bergischen Universität Wuppertal in Kraft.

---

Ausgefertigt auf Grund des Beschlusses des Fakultätsrates der Fakultät für Design und Kunst vom 27.04.2016.

Wuppertal, den 09.08.2016

Der Rektor  
der Bergischen Universität Wuppertal  
Universitätsprofessor Dr. Lambert T. Koch





**BERGISCHE  
UNIVERSITÄT  
WUPPERTAL**

**Module des Studiengangs  
Strategische Produkt- und  
Innovationsentwicklung (M.A. 2014)**

Stand: 1. August 2016

# Inhaltsverzeichnis

<b>Qualifikation</b>	<b>3</b>
M1 (2016) Design Thinking . . . . .	3
M2 (2016) Projekt-Management . . . . .	3
M3 (2016) Markenstrategie . . . . .	4
M4 (2016) Designkritik . . . . .	4
M5 (2016) Innovatives Projekt . . . . .	5
M6 (2016) Design & gesellschaftliche Verantwortung . . . . .	5
<b>Methoden &amp; Prozesse</b>	<b>6</b>
M7 (2016) Soziale Kompetenzen . . . . .	6
M8 (2016) Business-Organisation . . . . .	7
M9 (2016) Strategisches Design . . . . .	7
M10 (2016) Forschungsmethoden . . . . .	8
M11 (2016) Innovationsentwicklung . . . . .	8
M12 (2016) Forschungs- & Strategie-Projekt 1 . . . . .	9
<b>Integration &amp; Implementation</b>	<b>10</b>
M13 (2016) Experience & Interaction Design . . . . .	10
M14 (2016) Business-Management . . . . .	11
M15 (2016) Design & Unternehmensstrategie . . . . .	12
M16 (2016) Design & Nachhaltigkeit . . . . .	12
M17 (2016) Innovations- und Projekt-Management . . . . .	13
M18 (2016) Forschungs- & Strategie-Projekt 2 . . . . .	13
<b>Thesis</b>	<b>13</b>
M19-1 (2016) Theoretische Thesis . . . . .	13
M19-2 (2016) Praxisorientierte Thesis . . . . .	14

Modul-Nr.	Name des Moduls <i>ggf. in englischer Sprache</i>	Workload in LP	Gewicht der Note
Angaben zu Form und Dauer der Prüfung		xW <sup>1</sup>	x US <sup>2</sup>
Lernergebnisse /Kompetenzen			
Voraussetzung für das Modul (falls gegeben)			

## Qualifikation

M1 (2016)	Design Thinking	6 LP	6
Sammelmappe mit Begutachtung einschließlich mündlicher Prüfung 20 min. Dauer		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über die Fähigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produkte, Dienstleistungen und Prozesse umfassend neu denken zu können,</li> <li>- durch systematisches Querdenken eingefahrene Denkmuster zu verlassen,</li> <li>- Innovationstools strategisch und zielgerichtet auszuwählen und einzusetzen.</li> </ul> <p>Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgabenstellungen schnell auf ihre Relevanz hin zu analysieren, zu hinterfragen und ggf. zu erweitern,</li> <li>- gefundene Potentiale zu bewerten und in relevante Innovationen umzusetzen.</li> </ul> <p>Die Studierenden verfügen über die Bereitschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- eine kritische Diskussions- und Argumentationskultur gegenüber Aufgabenstellungen und Themen aus dem professionellen Wirtschaftskontext zu entwickeln,</li> <li>- unter einer ganzheitlichen „cradle to cradle“ - Betrachtung alle Phasen des Produktlebenszyklus in den Innovationsprozess mit einzubeziehen.</li> </ul>			

M2 (2016)	Projekt-Management	6 LP	6
Sammelmappe mit Begutachtung einschließlich mündlicher Prüfung 20 min. Dauer		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stage Gate Prozesse und können diese auf ihre Arbeit anwenden,</li> <li>- das Wesen und die Eigendynamiken komplexer Projekte anhand von Praxisbeispielen,</li> <li>- das Projektziel und die unterschiedlichen Agenden der einzelnen Player wie Entwicklung, Fertigung, Einkauf, Vertrieb etc.</li> </ul> <p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über die die Fähigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zum Management komplexer Projekte im Entwicklungsprozess,</li> <li>- Teams zu bilden, zu organisieren und mit entsprechenden Arbeitsstrukturen auszustatten,</li> <li>- Projekte bezogen auf Finanzen, Zeit und Manpower hin zu kalkulieren,</li> <li>- Probleme zu antizipieren und zu lösen,</li> <li>- Entscheidungsprozesse herzuleiten und umzusetzen.</li> </ul>			

<sup>1</sup>Wiederholung: UW = uneingeschränkt, 1W = einmal, 2W = zweimal

<sup>2</sup>Anzahl unbenoteter Studienleistungen (US)

<b>M3 (2016)</b>	<b>Markenstrategie</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Schriftliche Hausarbeit		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen sind mit den Prozessen der Markenentwicklung und der Markenpflege vertraut. Sie kennen die Schutzrechte.</p> <p>Insbesondere verfügen sie über</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Markenanalysetechniken,</li> <li>- Methodenkenntnisse zur Markenentwicklung,</li> <li>- Bewertungskompetenz,</li> <li>- Strategieentwicklungsfähigkeiten,</li> <li>- Teamfähigkeit (interkulturelle + interdisziplinäre Teamarbeit),</li> <li>- Kreative Gestaltungskompetenz,</li> <li>- Strukturierungs- und Präsentationskompetenz,</li> <li>- Kenntnisse der Schutzrechte und Schutzmöglichkeiten.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zu verstehen, was eine Marke ist, und zwar sowohl aus wirtschaftlicher als auch aus juristischer Perspektive,</li> <li>- die Beziehung Mensch-Marke zu analysieren,</li> <li>- Stärken und Schwächen einer Marke herauszuarbeiten und zu beurteilen,</li> <li>- die Kernwerte einer Marke zu erkennen und zu stärken,</li> <li>- die Komplexität einer Marke zu erfassen,</li> <li>- die Unterschiede zwischen der Marke eines „Global Players“ und eines kleinen oder mittelständischen Unternehmens zu verstehen,</li> <li>- Methoden zum Verstehen der Markenwahrnehmung (z.B. Customer Journey, Customer Touchpoint Analysis) anzuwenden,</li> <li>- Prozesse der Markenentwicklung und Markenpflege durchzuführen,</li> <li>- alle Komponenten und Aktivitäten eines Unternehmens in den Prozess der Markengestaltung einzubeziehen, die in der Wahrnehmung der Kunden das Markenbild prägen,</li> <li>- die wirtschaftliche Bedeutung einer Marke einzuschätzen,</li> <li>- Markenhierarchien zu verstehen, zu entwickeln und zu integrieren,</li> <li>- Markenidentitäten auf der Basis sorgfältiger Recherchearbeit zu gestalten (The Big Idea),</li> <li>- neue Konzepte für Marken, Sub-Marken oder Markenerweiterungen zu konzipieren,</li> <li>- neue Marken-Konzepte zu begründen, zu visualisieren und einem Kunden überzeugend zu präsentieren,</li> <li>- die Schutzfähigkeit einer Marke in nationalen und internationalen Datenbanken selbstständig zu recherchieren,</li> <li>- einen Markenschutz 2-D und 3-D anzumelden.</li> </ul>			

<b>M4 (2016)</b>	<b>Designkritik</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Präsentation mit Kolloquium		UW	-

<b>M4 (2016)</b>	<b>Designkritik</b>	(Fortsetzung)
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über die Kompetenz, Design als gesamtheitliche Disziplin zu verstehen und in einem multidisziplinären Zusammenhang zu sehen.</p> <p>Insbesondere besitzen sie die Qualifikationen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- allg. Einflussfaktoren auf das Design zu verstehen,</li> <li>- Design als strategisches Innovationstool zu nutzen,</li> <li>- analytischer Kritikfähigkeit formaler und funktionaler Produkteigenschaften,</li> <li>- gesellschaftliche, wissenschaftliche und kulturelle Unterschiede im Designprozess zu implementieren,</li> <li>- interdisziplinäres Designverständnis umzusetzen.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produkte und deren Umfeldfaktoren zu analysieren,</li> <li>- Aspekte der Ressourcen Effizienz (z.B. Umwelt, Energie, Material, Recycling) zu reflektieren und in den Designprozess einzubinden,</li> <li>- Ästhetische und praktische Produktfunktionen zu analysieren und auf dieser Basis innovative Konzepte zu entwickeln,</li> <li>- die techn.-handwerkliche Seite der Designarbeit einzuschätzen und kreativ selbstständig auszuführen,</li> <li>- Prozessschritte, Ziele und Ergebnisse auf einem hohen fachlichen Niveau zu kommunizieren,</li> <li>- Einflussfaktoren für Design auf wissenschaftliche Weise zu hierarchisieren,</li> <li>- Designzielstellungen planend zu formulieren,</li> <li>- Design als moderierende Disziplin zwischen unterschiedlichen Interessen (z.B. Hersteller, Nutzer) einzusetzen,</li> <li>- Design als Teamarbeit zu organisieren und dafür eigenständig Verantwortung zu übernehmen.</li> </ul>		

<b>M5 (2016)</b>	<b>Innovatives Projekt</b>	<b>6 LP</b>	6
Präsentation mit Kolloquium		UW	-
<p>Das Modul Innovatives Projekt widmet sich einer konkreten Aufgabenstellung mit dem Ziel, in einem definierten Zeitrahmen Innovationsansätze in einem Team zu entwickeln, theoretisch und praktisch zu überprüfen, zu bewerten und in überzeugende Lösungsansätze zu überführen.</p> <p>Insbesondere verfügen die Studierenden über</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teamfähigkeit,</li> <li>- Abstraktionsfähigkeit komplexer Zusammenhänge,</li> <li>- zielgerichtete Improvisationsfähigkeit.</li> </ul> <p>Sie sind vertraut mit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktentwicklungsprozessen,</li> <li>- methodischen Ideenfindungsprozessen.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- diskursive und recherchierende Methoden für Innovationen anzuwenden,</li> <li>- Innovationsansätze praktisch zu simulieren und zu evaluieren,</li> <li>- sich mit unbekanntem Themenfeldern wissenschaftlich auseinanderzusetzen und sich in diese einzuarbeiten,</li> <li>- Projektanteile im Team aktiv zu gestalten,</li> <li>- komplexe Aufgabenstellungen selbstständig auszuarbeiten,</li> <li>- Innovationsansätze marktauglich zu kommunizieren bzw. zu visualisieren,</li> <li>- Lösungen selbstständig und souverän zu präsentieren.</li> </ul>			

<b>M6 (2016)</b>	<b>Design &amp; gesellschaftliche Verantwortung</b>	<b>6 LP</b>	6
------------------	---	-------------	---

<b>M6 (2016)</b>	<b>Design &amp; gesellschaftliche Verantwortung</b>	(Fortsetzung)	
Mündliche Prüfung 20 min. Dauer		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über die Kompetenzen der Design- und Innovationsentwicklung im Kontext von Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung</p> <p>Sie sind vertraut</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mit den Fragestellungen, in denen verantwortungsvolle Design- und Innovationsentwicklung stattfindet,</li> <li>- mit den ökologischen und gesellschaftlichen Kriterien, die zur Bewertung von Innovationen herangezogen werden.</li> </ul> <p>Die Studierenden beherrschen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Anwendung einer ganzheitlichen Designmethodik im Rahmen des Entwurfsprozesses,</li> <li>- die adäquate Darstellung und Dokumentation der erarbeiteten Arbeitsergebnisse.</li> </ul> <p>Insbesondere verfügen sie über</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Fähigkeit der Analyse und Reflektion gesellschaftlicher Themenstellungen,</li> <li>- Erfahrung in der Umsetzung von Erkenntnissen im Bereich der Nachhaltigkeit in den Gestaltungsprozess,</li> <li>- umfassende Projektmanagementkompetenz.</li> </ul>			

## Methoden & Prozesse

<b>M7 (2016)</b>	<b>Soziale Kompetenzen</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Präsentation mit Kolloquium		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über eine für den beruflichen Erfolg im fachlichen Kontext entscheidende gestärkte Sozialkompetenz.</p> <p>Insbesondere verfügen sie über</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teamfähigkeit,</li> <li>- empathische Kommunikationsfähigkeit,</li> <li>- Kritikfähigkeit und Konfliktmanagement,</li> <li>- interkulturelle Kompetenz,</li> <li>- nonverbale Sensibilität.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ein Arbeits- und Projektumfeld effektiv zu analysieren,</li> <li>- komplexe soziale, hierarchische und organisatorische Netzwerke einzuschätzen,</li> <li>- sich in unterschiedliche Projekt- und Unternehmenskonstellationen emphatisch einzufinden und auf persönlicher und kommunikativer Ebene adäquat zu bewegen,</li> <li>- sich an unterschiedliche Prozess- und Projektrealitäten volatil anzupassen,</li> <li>- Prozessschritte, Ziele und Ergebnisse klar und verständlich zu vermitteln,</li> <li>- unterschiedliche Interessen und Ausgangssituationen zu integrieren,</li> <li>- Prozess- und Moderationshoheit ohne Dominanz auszuüben,</li> <li>- einen moderierenden Entwicklungsstil umzusetzen,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen interdisziplinären Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- Lösungen selbstständig zu präsentieren.</li> </ul>			

<b>M8 (2016)</b>	<b>Business-Organisation</b>	(Fortsetzung)	
<b>M8 (2016)</b>	<b>Business-Organisation</b>	<b>6 LP</b>	6
Schriftliche Prüfung (Klausur) 60 min. Dauer		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen besitzen ein grundsätzliches definitorisches Verständnis wirtschaftlicher Zusammenhänge und ihrer Besonderheiten im Kontext von Strategie und Innovation und beherrschen die betriebswirtschaftliche Basisterminologie sicher.</p> <p>Sie kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wirtschaftliche Strukturen und Geschäftsmodelle eines Unternehmens,</li> <li>- Marktmechanismen (Angebot und Nachfrage),</li> <li>- das Agieren auf dem Markt (Positionierung, Konkurrenz),</li> <li>- Prozesse der Globalisierung (International Marketing),</li> <li>- die Grundlagen der Ökonomie und des Internationalen Managements.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen und auf den jeweiligen Projekt und Unternehmenskontext anzuwenden,</li> <li>- unternehmerische Zusammenhänge, die Funktionsweise und Besonderheiten von Unternehmensgrößen und deren Auswirkungen auf Innovations- bzw. Entwicklungskonzepte einzuschätzen,</li> <li>- die Grundlagen unterschiedlicher Organisationsformen und angehängter Geschäftsprozesse zu erfassen,</li> <li>- ihr eigenes Wirken an die Form und Besonderheit der Unternehmensorganisation anzupassen,</li> <li>- die eigene Kommunikation an die betrieblichen Kommunikationsabläufe anzuschließen.</li> </ul>			

<b>M9 (2016)</b>	<b>Strategisches Design</b>	<b>6 LP</b>	6
Präsentation mit Kolloquium		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verstehen die strategische Bedeutung des Faktors „Design“ für Unternehmen. Maßnahmen bewerten sie aus strategischer Sicht. Mit strategischem Denken und Arbeiten sind sie vertraut und verstehen Gestaltung im Kontext als wichtige Grundlage für die eigene Einbindung in oder Planung von Produktentwicklungsprozessen.</p> <p>Sie kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Rolle von Innovation und Design im strategischen Business Kontext sowie die Prinzipien des Design Managements und der Integration von Design in die Unternehmenskultur,</li> <li>- die Funktion des Designs in Marken- und Unternehmensstrategien,</li> <li>- Kernbegriffe wie Strategie, Planung, Kontext und Design Thinking, die Prinzipien einer ganzheitliche Produktplanung,</li> <li>- Planungsmodelle, Tools und Prozessen zur Entwicklung von Unternehmens- und Innovationsstrategien,</li> <li>- Produktplanungsmethoden und -strategien.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- einen Markt und seine darin agierenden Unternehmen selbstständig zu analysieren,</li> <li>- analytische Tools und Prozesse zur Untersuchung von Ist-Zuständen bzw. zur Ermittlung neuer Entwicklungspotentiale anzuwenden,</li> <li>- Standardmethoden zu integrieren,</li> <li>- auf Basis der Analyse angepasste Strategien zur Entwicklung von Innovationen zu erarbeiten,</li> <li>- unterschiedliche Planungs- und Strategieentwicklungsmodelle auf Projekt- und Unternehmenskontexte anzuwenden,</li> <li>- Tools zur Entwicklung von Innovationen vor dem Hintergrund strategischer Planung anzuwenden,</li> <li>- strategische Ziele selbstständig zu entwickeln, überzeugend zu vermitteln und in einen Projektkontext zu integrieren,</li> <li>- neue synthetische Methodenansätze zur systematischen Erforschung und Entwicklung an den jeweiligen Aufgabenkontext anzupassen,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- strategische Inhalte zu visualisieren,</li> <li>- abstrakte Zielmodelle erfahrbar zu machen,</li> <li>- Entwicklungsschritte und Zielvorgaben didaktisch zu vermitteln,</li> <li>- Lösungen selbstständig zu präsentieren.</li> </ul>			

<b>M10 (2016)</b>	<b>Forschungsmethoden</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Schriftliche Hausarbeit		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verschiedene Research-Methoden – insbesondere quantitative und qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung</li> <li>- und können weitgehend selbstgesteuert und/oder autonom eigenständige forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchführen.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Zielrichtung strategischer Innovation mit Research Methoden systematisch zu klären, die über quantitative empirische Methoden hinaus gehen,</li> <li>- auch auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen, die sich aus der Anwendung ihres Wissens und aus ihren Entscheidungen ergeben</li> <li>- Researchmethoden und -prozesse einzusetzen, die über das alltägliche Repertoire des Designers hinausgehen, um Nutzerverhalten zu erkunden und auszuwerten,</li> <li>- die Vor- und Nachteile verschiedener designrelevanter qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung zu reflektieren,</li> <li>- zu beurteilen, welche Methoden sich für einen gegebenen Untersuchungsbereich am besten eignen, um brauchbare und valide Daten zu erhalten,</li> <li>- aus dem Kanon vorhandener Toolbausteine, die richtige Kombination für den Anwendungsfall zu wählen,</li> <li>- verschiedene komplexe qualitative und quantitative Research Methoden Methoden anzuwenden und projektbezogen miteinander zu kombinieren,</li> <li>- Marktforschungsmethoden, Usability Analysen und psychologische Verhaltensuntersuchungen in einen großen Zusammenhang zu integrieren,</li> <li>- selbständig eine empirische Studie durchzuführen, auszuwerten und daraus Empfehlungen für eine am Nutzer orientierte Gestaltung abzuleiten,</li> <li>- komplexe Researchmethoden anzuwenden und diese mit Elementen der Entwicklung rückzukoppeln</li> <li>- ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Studienfach stehen,</li> <li>- Wissen zu integrieren und mit Komplexität umzugehen.</li> </ul>			

<b>M11 (2016)</b>	<b>Innovationsentwicklung</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Sammelmappe mit Begutachtung einschließlich mündlicher Prüfung 20 min. Dauer		UW	-



<b>M11 (2016)</b>	<b>Innovationsentwicklung</b>	(Fortsetzung)
<p>Die Absolventinnen und Absolventen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- eine Art Grundbaukasten zur methodischen Entwicklung von Innovationsinhalten.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovation im Spannungsfeld von Technologie, Produkt und Dienstleistung ganzheitlich und unter Einbeziehung von Nachhaltigkeit zu betrachten,</li> <li>- Innovationsprozesse, -methoden und -werkzeuge im Sinne des Design Thinking zu verstehen, anzuwenden und zu managen,</li> <li>- Innovationsanforderung effektiv zu kategorisieren und korrespondierende Methoden anzuwenden,</li> <li>- marktfähige Innovationspotentiale zu identifizieren und in entwicklungsadäquate Spezifikationen zu übersetzen,</li> <li>- Innovationen zu konzipieren und zu erschaffen,</li> <li>- innovative Lösungsansätze in marktfähige Produkte zu übersetzen,</li> <li>- Researchmethoden und -prozesse einzusetzen, die über das alltägliche Repertoire des Designers hinausgehen,</li> <li>- Marktforschungsmethoden, Usability Analysen und psychologische Verhaltensuntersuchungen in einen großen Zusammenhang zu integrieren,</li> <li>- qualitative und quantitative Researchmethoden miteinander zu integrieren,</li> <li>- aus dem Kanon vorhandener Toolbausteine die richtige Kombination für den Anwendungsfall zu wählen,</li> <li>- komplexe Researchmethoden anzuwenden und diese mit Elementen der Entwicklung rückzukoppeln,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen inerdziplinären Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- Lösungen selbständig zu präsentieren.</li> </ul>		

<b>M12 (2016)</b>	<b>Forschungs- &amp; Strategie-Projekt 1</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Präsentation mit Kolloquium		<b>2W</b>	<b>-</b>

<b>M12 (2016)</b>	<b>Forschungs- &amp; Strategie-Projekt 1</b>	<b>(Fortsetzung)</b>
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über anwendungsbezogene Entwicklungspraxis und sind durch ein Projekt in der Anwendung der in diesen Modulen gewonnenen Erkenntnisse in einem Agentur- oder einen Unternehmenskontext geübt.</p> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selbständig Probleme zu erkennen und zu definieren</li> <li>- aufgrund ihrer Profunden Methodenkenntnisse eine systematische und methodische Vorgehensweise zu entwickeln, die der gegebenen Aufgabenstellung adäquat ist</li> <li>- plausible Lösungsvorschläge zu erarbeiten</li> <li>- in interdisziplinären Teams zu arbeiten und relevante Erkenntnisse aus anderen Disziplinen in den Entwicklungsprozess zu integrieren</li> <li>- sich für eine Problemstellung relevantes neues Wissen in kurzer Zeit anzueignen</li> <li>- Verantwortung für Entscheidungen zu übernehmen und zu begründen</li> <li>- Innerhalb strategischer Entwicklungsprozesse die Einflussfaktoren abzuwägen und plausible und nachvollziehbare Entscheidungen zu treffen</li> <li>- Führungsaufgaben im Team zu übernehmen.</li> <li>- ein Projekt auf Basis einer Aufgabenstellung selbständig und professionell von Meilenstein zu Meilenstein zu führen,</li> <li>- ihr komplexes Wissen und Können in Projekten anzuwenden und in insgesamt glaubwürdige Ergebnisse zu überführen,</li> <li>- nachhaltige Entwicklungsstrategien zu entwickeln,</li> <li>- einzelne Produktentwicklungsaktivitäten zu konzertieren,</li> <li>- operative Produktentwicklungsaufgaben in einem strategischen Markt und/oder Unternehmenskontext zu projektieren und zu managen,</li> <li>- Projekte und Prozessschritte auf Basis eines Briefings bzw. einer gemeinsam definierten Aufgabenstellung selbständig festzulegen,</li> <li>- den Methoden- und Werkzeugkanon in einen realen Kontext umzusetzen,</li> <li>- einzuschätzen, welche Methoden und Werkzeuge sich besonders zur Ergebnisvermittlung eignen,</li> <li>- Effizienzüberlegungen zur Integration des Methodenwissens im jeweiligen Projekt anzuwenden,</li> <li>- die Elemente Zeit und reale (divergente) Kundenanforderung in den Kontext des theoretischen Wissensbackgrounds zu integrieren,</li> <li>- Prozess- und Planungskompetenz für die Entwicklungsschritte eines Projektes und seiner Deliverables aufzubauen,</li> <li>- eigene Fehler und Schwächen in Stärken der darauf folgenden Phasen zu übersetzen,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- die eigene Kommunikation an die betrieblichen Kommunikationsabläufe anzuschließen,</li> <li>- Lösungen selbstständig und überzeugend zu dokumentieren und zu präsentieren.</li> </ul>		

## Integration & Implementation

<b>M13 (2016)</b>	<b>Experience &amp; Interaction Design</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Präsentation mit Kolloquium		UW	-

<b>M13 (2016)</b>	<b>Experience &amp; Interaction Design</b>	(Fortsetzung)
<p>Die Absolventinnen und Absolventen sind mit den Prinzipien des für viele Unternehmen immer wichtiger werdenden Faktors medialen Designs und dem Zusammenhang zwischen der Schaffung positiver User Experience und dem Produkterfolg vertraut. Das Nutzerverhalten verstehen sie im Rahmen nutzerorientierter Designmethoden in den Designprozess, die Produktgestaltung und die Entwicklung von Services einzubeziehen.</p> <p>Sie kennen,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Funktion von Experience- and Interactiondesign in Marken- und Unternehmensstrategien,</li> <li>- Methoden und Strategien zur Entwicklung interaktiver Produkte, Interfaces und User Experience,</li> <li>- theoretische Grundbegriffe wie Dialoggestaltung, Usability, User Experience, Touch Point, Interface, Consistency, 80/20 rule, simplicity, M-/E/f-Commerce, Mediale Kommunikation, Apps.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- im Kontext von Interaktivität und Experience strategisch zu arbeiten,</li> <li>- den Zusammenhang aus Wahrnehmung, Interaktion, Erwartung, Handlung und Rückkopplung als ein zusammenhängendes Feld der Gestaltung zu begreifen, in dem die Nachhaltigkeit der Erfahrung eine zentrale Rolle spielt und ggf. der Ästhetik übergeordnet ist,</li> <li>- mediale, interaktive Designs und Experiences aus Sicht verschiedener Zielgruppen und Einsatzgebiete im Kontext zu betrachten,</li> <li>- die Interaktion zwischen Nutzer und Produkt ganzheitlich zu analysieren und zu gestalten,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung von Interaktionsszenarien anzuwenden,</li> <li>- bestehende Produktkonzepte hinsichtlich ihrer Schwächen und Stärken zu analysieren,</li> <li>- auf Basis der Analyse eigene Spezifikationen zur Entwicklung einer Geräte-Nutzer-Schnittstelle aufzubauen,</li> <li>- über den funktionalen Ansatz einer Interaktion hinaus auch Dimensionen der Erfahrungsqualität zu erfassen, zu definieren und im Ansatz zu entwickeln bzw. zu simulieren,</li> <li>- Werkzeuge und Prozesse zur Analyse, Konzeption und Simulation von Interaktionsabläufen mit Methoden des Advanced Researches zu kombinieren und damit Entwicklung und Nutzungsrelevanz gleichzuschalten,</li> <li>- Lösungen selbstständig zu präsentieren.</li> </ul>		

<b>M14 (2016)</b>	<b>Business-Management</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Schriftliche Prüfung (Klausur) 60 min. Dauer		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Grundlagen unterschiedlicher Management Philosophien und Modelle,</li> <li>- den Bezug der Berufsrealität zur Entwicklungsrealität im strategischen Innovationsprozess,</li> <li>- den Einfluss unterschiedlicher Formen auf den Entwicklungsprozess und die Möglichkeiten der Adaption von Strategie- und Innovationsentwicklung.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Business Management Modelle und Unternehmensformen zu unterscheiden und in ihren Kerngrößen zu definieren,</li> <li>- Organisationsformen und Abteilungsstrukturen unterschiedlicher Modelle einzuschätzen,</li> <li>- Geschäftsmodelle und Organisationsstrukturen mit den Instrumenten der Systemtheorie zu analysieren,</li> <li>- die grundsätzliche wirtschaftliche Mechanik und Besonderheiten unterschiedlicher Unternehmensformen, die mit der Betriebsgröße oder dem wirtschaftlichen Schwerpunkt der Unternehmen zusammenhängen (Produzierende Unternehmen, Dienstleistungen/Banken Versicherungen etc.) einschließlich Kostenermittlung, Margen und Renditebetrachtungen, sogenannten Businesscases bis hin zu Umsatzrenditen, ROI Modellen, Risiken und Chanceneinschätzungen der unterschiedlichen Unternehmensformen zu verstehen,</li> <li>- Innovationsstrategien, Wettbewerbsstrategien, Globalisierung, Expansionsstrategien und Marktausdehnung anzuwenden und zu integrieren,</li> <li>- neue (internationale) Märkte und den Zusammenhang mit Produktentwicklung zu erschließen,</li> <li>- die Rolle der Produktentwicklung in den unterschiedlichen Unternehmensformen einzuschätzen,</li> <li>- relevante Anknüpfungspunkte für Ihr eigenes Leistungsspektrum „casesensitive“ zu identifizieren.</li> </ul>			

<b>M15 (2016)</b>	<b>Design &amp; Unternehmensstrategie</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Schriftliche Hausarbeit		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen sind mit dem für die Berufsrealität bedeutenden Bezug zur Entwicklungsrealität im strategischen Innovationsprozess vertraut.</p> <p>Sie kennen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- den Einfluss unterschiedlicher Formen auf den Entwicklungsprozess und die Möglichkeiten der Adaption von Strategie- und Innovationsentwicklung.</li> </ul> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- strategische Kompetenz und wirtschaftliche Relevanz bzw. Eingliederungsfähigkeit zu integrieren</li> <li>- strategische Überlegungen als zentralen Baustein für die Gesamtkompetenz strategischer Innovation in einer Wirtschaftsorganisation bzw. innerhalb eines Businesscases anzuwenden und umzusetzen,</li> <li>- eine komplexe Produkt- und Innovationsentwicklung auch als Summe verschiedener Einzelprojekte zu konzipieren und zu orchestrieren und in einen Kontext unternehmerischen Handelns zu setzen,</li> <li>- ein strategisches Vorhaben im Sinne eines Businesscases zu formulieren und so in einen Kontext unternehmerischen Handelns zu integrieren,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- perspektivische und langfristige Planungen in Form einer Handlungsstrategie zu formulieren,</li> <li>- eine Design-/Innovations- oder Unternehmensstrategie in Form einer schriftlichen Ausarbeitung und Guideline zu formulieren,</li> <li>- Lösungen selbstständig zu präsentieren,</li> <li>- die eigene Kommunikation an die betrieblichen Kommunikationsabläufe anzuschließen.</li> </ul>			

<b>M16 (2016)</b>	<b>Design &amp; Nachhaltigkeit</b>	<b>6 LP</b>	<b>6</b>
Schriftliche Hausarbeit		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovationshemmnisse zu erkennen und zu managen,</li> <li>- Innovationen von innen (Unternehmen) nach außen (Markt) zu moderieren,</li> <li>- Methoden und Werkzeugbaukasten aus dem Innovationsentwicklungsmodul zu integrieren und mit der Realität des Unternehmens in Deckungsgleichheit zu bringen,</li> <li>- Designlösungen im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Marktfähigkeit, Zielgruppenakzeptanz und Funktionalität zu bewerten,</li> <li>- eigene und fremde Entwicklungen in Bezug auf ihre Relevanz für Marktfähigkeit und Zielgruppeneignung zu analysieren und die Ergebnisse in die Entwicklung zurückzuspiegeln,</li> <li>- Evaluationsmaßnahmen, die sich zur direkten Rückkopplung in die Produkt und Innovationsentwicklung eignen, selbstständig zu konzipieren und durchzuführen,</li> <li>- relevante Anknüpfungspunkte zwischen Entwicklung und Evaluationsergebnis zu definieren,</li> <li>- die Evaluationsmethodik zur Entwicklung und schnellen, effizienten Steuerung von Design- und Produktentwicklungsprozessen integrativ anzuwenden,</li> <li>- Designmethoden anzuwenden, um innovative Leistungen/Ergebnisse anzubringen bzw. zu evaluieren,</li> <li>- Evaluation von Design über das rein Dingliche hinaus unter Einbezug der Ebene der Erfahrung und des interaktiven Dialogs zwischen Nutzer und Produkt im weitesten Sinne selbstständig zu konzipieren und durchzuführen,</li> <li>- Konzeptlösungen und Konzeptphasen an die Ergebnisse von Evaluationen anzupassen,</li> <li>- die eigene Kommunikation an die betrieblichen Kommunikationsabläufe anzuschließen,</li> <li>- eine Design-/Innovations- oder Unternehmensstrategie in Form einer schriftlichen Ausarbeitung und Guideline zu formulieren.</li> </ul>			

<b>M17 (2016)</b>	<b>Innovations- und Projekt-Management</b>	<b>6 LP</b>	6
Sammelmappe mit Begutachtung einschließlich mündlicher Prüfung 20 min. Dauer		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über komplex integriertes Wissen und Können im Innovationsmanagement.</p> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ihre Kenntnisse zu Methoden und Werkzeugbaukasten mit der Realität eines Unternehmens in Übereinstimmung zu bringen,</li> <li>- in unterschiedlichen Unternehmens- und Abteilungskontexten Innovationen in den Produktentwicklungsprozess zu integrieren (Schaffen von Innovationsenvironments),</li> <li>- Innovationen unterschiedlicher Unternehmens-, Abteilungs- und Projektkontexte nachhaltig zu entwickeln und in Struktur und Entscheidungswegen des Unternehmens zu verankern,</li> <li>- organisatorische bzw. typische psychologische Innovationshemmnisse zu erkennen und darauf adäquat zu reagieren,</li> <li>- Innovationen von innen (Unternehmen und Projektebene) nach außen (Markt) zu moderieren,</li> <li>- Innovationen systemisch in Unternehmens- und Marktkontexte zu integrieren und dort zu etablieren,</li> <li>- Innovationen vor dem Hintergrund der Risikobewertung und des Projektmanagements zu managen,</li> <li>- ihre Dialogfähigkeit der Umgebung entsprechend anzupassen,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- Lösungen selbstständig zu präsentieren.</li> </ul>			

<b>M18 (2016)</b>	<b>Forschungs- &amp; Strategie-Projekt 2</b>	<b>6 LP</b>	6
Präsentation mit Kolloquium		UW	-
<p>Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über anwendungsbezogene Entwicklungspraxis und sind durch ein Projekt in der Anwendung der in diesen Modulen gewonnenen Erkenntnisse in einem Agentur- oder einen Unternehmenskontext geübt.</p> <p>Sie sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ein Projekt auf Basis einer Aufgabenstellung selbstständig und professionell von Meilenstein zu Meilenstein zu führen,</li> <li>- aufgrund komplexer anwendungsbezogener Entwicklungspraxis nachhaltige Entwicklungsstrategien zu bewerten und zu entwickeln,</li> <li>- ihre umfassenden Kenntnisse über die Projektierung und das Management operativer Produktentwicklungsaufgaben in einem strategischen Markt- und/oder Unternehmenskontext anzuwenden,</li> <li>- einzelne Produktentwicklungsaktivitäten zu konzertieren,</li> <li>- den Methoden- und Werkzeugkanon in einen realen Kontext umzusetzen,</li> <li>- einzuschätzen, welche Methoden und Werkzeuge sich besonders zur Ergebnisvermittlung eignen,</li> <li>- Effizienzüberlegungen zur Integration des Methodenwissens im jeweiligen Projekt anzuwenden,</li> <li>- die Elemente Zeit und reale (divergente) Kundenanforderung in den Kontext des theoretischen Wissensbackgrounds zu integrieren,</li> <li>- Prozess- und Planungskompetenz für die Entwicklungsschritte eines Projektes und seiner Deliverables aufzubauen,</li> <li>- eigene Fehler und Schwächen in Stärken der darauf folgenden Phasen zu übersetzen,</li> <li>- Projektanteile in branchenüblichen Teamstrukturen aktiv zu gestalten,</li> <li>- die eigene Kommunikation an die betrieblichen Kommunikationsabläufe anzuschließen,</li> <li>- Lösungen selbstständig zu präsentieren.</li> </ul>			

## Thesis

<b>M19-1 (2016)</b>	<b>Theoretische Thesis</b>	<b>30 LP</b>	30
---------------------	----------------------------	--------------	----

<b>M19-1 (2016)</b>	<b>Theoretische Thesis</b>	(Fortsetzung)	
Präsentation mit Kolloquium		1W	1 US
<p>In diesem Modul werden die in den anderen Modulen erworbenen Kompetenzen integriert.                  Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- eine komplexe designstrategische Problemstellung in einer vorgegebenen Frist selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und mit Methoden des „design thinking“ konzeptionelle Lösungen zu entwickeln und zu visualisieren,</li> <li>- Unternehmensstrukturen sowie interne und externe Kommunikationsprozesse zu verstehen und in die eigene Arbeit einzubeziehen,</li> <li>- das im Masterstudiengang Erlernte auf das Masterprojekt anzuwenden und schriftlich zu dokumentieren,</li> <li>- anhand eines konkreten Entwicklungs- oder Beratungsauftrags ihr erworbenes Wissen überzeugend und auf wissenschaftlichem Niveau darzustellen, kompetent zu argumentieren und verständlich und visuell ansprechend zu präsentieren.</li> </ul>			
<i>Es werden zur Anmeldung der Master Thesis mindestens 78 Leistungspunkte vorausgesetzt.</i>			

<b>M19-2 (2016)</b>	<b>Praxisorientierte Thesis</b>	<b>30 LP</b>	30
Präsentation mit Kolloquium		1W	1 US
<p>In diesem Modul werden die in den anderen Modulen nachgewiesenen Kompetenzen integriert.                  Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- eine komplexe Problemstellung der strategischen Innovation in der Entwicklung von „Produkten“ (Hardware, Interfaces, Services) in einer vorgegebenen Frist selbstständig und mit wissenschaftlichen oder gestalterischen Methoden zu bearbeiten,</li> <li>- die eigene Kommunikation an die betrieblichen Kommunikationsabläufe anzuschließen,</li> <li>- das im Masterstudiengang Erlernte in einen geschlossenen Kontext einer schriftlichen Ausarbeitung zu bringen,</li> <li>- die unterschiedlichen Aspekte strategischer Innovation in einen Anwendungsbezug zu bringen,</li> <li>- anhand eines konkreten Entwicklungs- oder Beratungsauftrags ihr erworbenes Wissen überzeugend und auf wissenschaftlichem Niveau darzustellen und mitreißend zu präsentieren.</li> </ul>			
<i>Abgeschlossene Module im Umfang von 78 LP</i>			