

Promotion

Berufseinstieg

Ziel: Master of Science (M.Sc.)

Master-Thesis

**Seminare**

- Zwei bzw. drei Seminare aus den Themengebieten der Pflichtmodule oder Wahlpflichtmodule

**Weiteres Wahlpflichtmodul**

- aus dem gesamten Mastermodulangebot

**Wahlpflichtmodule**

- Innovations- und Technologiemanagement
- Multi-Channel-Management
- Entrepreneurship und Wirtschaftsentwicklung
- Arbeitsrecht
- Geistiges Eigentum und unlauterer Wettbewerb
- Verbraucherschutzrecht
- Regression and Time Series Analysis

**Pflichtbereich**

- Markenmanagement
- Management von Handlungen
- Strategic Service Management
- Empirische Management- und Marketingforschung
- Arbeits- und Organisationspsychologie

Persönliche Beratung

- Studiendauer 4 Semester
- Zeitaufwand 120 Leistungspunkte (1 LP entspricht 30 Arbeitsstunden)

START

**WEITERE INFOS**

Formulare für das Online-Bewerbungsverfahren

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

Prüfungsordnung

[www.zpa.uni-wuppertal.de/studiengaenge/master/master-ein-fach-studiengaenge/wirtschaftswissenschaft-msc.html](http://www.zpa.uni-wuppertal.de/studiengaenge/master/master-ein-fach-studiengaenge/wirtschaftswissenschaft-msc.html)**INFORMATION & BERATUNG**Studienfachberatung Wirtschaftswissenschaft –  
Schumpeter School of Business and Economics

Dekanat – Qualitätssicherung und Student Services

Timm Engelmeyer

Simon Funken, wiss. Mitarbeiter

Raum: Campus Griffenberg, M.11.09, M.11.10

Telefon: 0202 439 -3462, -2452, -2465

[studienberatung@wiwi.uni-wuppertal.de](mailto:studienberatung@wiwi.uni-wuppertal.de)Weitere Informationen sowie die Sprechzeiten erhalten Sie  
auf der Homepage [www.wiwi.uni-wuppertal.de](http://www.wiwi.uni-wuppertal.de)

Aktuelle Änderungen finden Sie ggf. auf der ZSB-Homepage.

**Zentrale Studienberatung (ZSB)**

Gaußstr. 20, 42119 Wuppertal

Telefon: 0202 439-2595

Informationszentrum

Campus Griffenberg, B.05.01

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

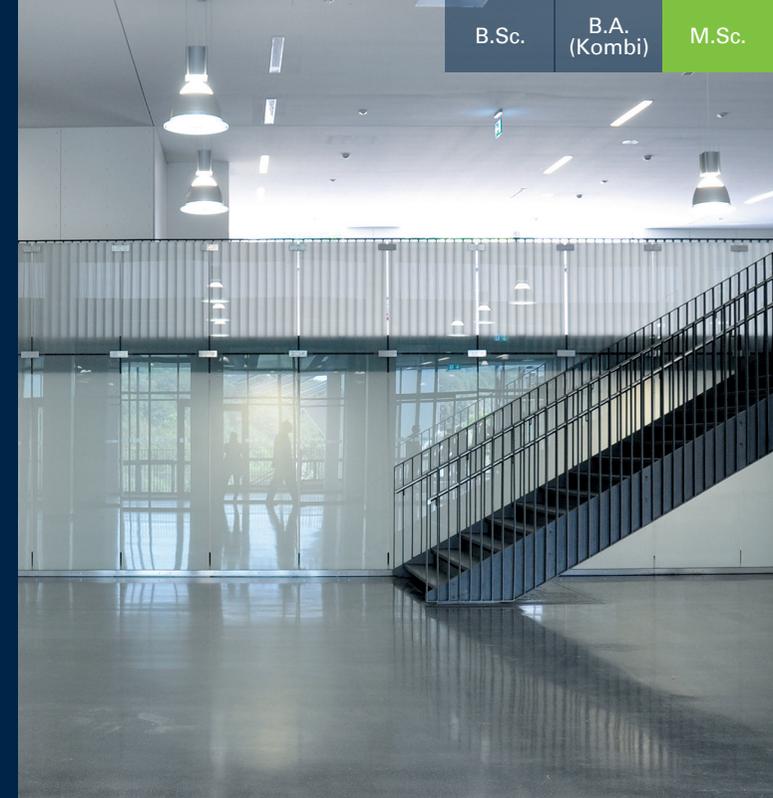
Studieninteressierte mit ausländischer

Hochschulzugangsberechtigung:

Internationales Studierendensekretariat

[www.internationales.uni-wuppertal.de/incoming](http://www.internationales.uni-wuppertal.de/incoming)Herausgeber: Zentrale Studienberatung  
der Bergischen Universität WuppertalFür studienfachbezogene Inhalte  
ist die Studienfachberatung verantwortlich.

Stand: Juni 2020

Dieser Studiengang  
trägt das Siegel des  
Akkreditierungsrates**Management und Marketing**  
Master of Science (M.Sc.)Schumpeter School  
of Business and EconomicsFakultät für Wirtschaftswissenschaft  
Schumpeter School of  
Business and EconomicsBERGISCHE  
UNIVERSITÄT  
WUPPERTAL

## PROFIL DES STUDIENGANGS

Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaft, die Schumpeter School of Business and Economics, besteht derzeit aus über 30 wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftspsychologischen und rechtswissenschaftlichen Professuren. Der Lehr- und Forschungsbetrieb steht, unter Berücksichtigung neuester Erkenntnisse, für die Vermittlung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz. Dabei integrieren die unterschiedlichen ökonomischen Studiengänge betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche, methodische und juristische Inhalte. Dieser interdisziplinäre Ansatz entspricht in hohem Maße den Anforderungen heute relevanter Berufsfelder.

Die Schumpeter School of Business and Economics legt großen Wert auf eine gute Betreuung der Studierenden. Dazu zählen Beratungs- und Coaching-Angebote für Fragen der fachlichen Orientierung und persönlichen Studienplanung. Studienaufenthalte im Ausland werden durch Förderprogramme sowie eine eigene Koordinationsstelle unterstützt. Zum Abschluss des Studiums agiert die Ehemaligenvereinigung Schumpeter School Alumni e.V. als Schnittstelle zwischen Beruf und Praxis.

Die wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengänge der Schumpeter School integrieren, je nach Studiengangwahl, betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche sowie methodische Kompetenzen. Die inhaltlich aufeinander abgestimmten Kompetenzfelder werden zunächst durch einen Pflichtbereich erschlossen und im weiteren Verlauf, abhängig vom persönlichen Interesse, durch einen Wahlpflichtbereich und ein zusätzliches Wahlpflichtmodul ergänzt. Seminare vervollständigen das integrative Konzept und bereiten thematisch sowie methodisch auf die Master-Thesis vor.

Der Studiengang Management und Marketing ist dem Management von Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung der Kunden-, Markt- und Mitarbeiterorientierung von Unternehmen gewidmet. Zunehmender Wettbewerb zwischen Unternehmen erfordert es, immer neue Formen des Marketings und der Dienstleistungen für Kunden sowie der Mitarbeiterführung zu entwickeln, um in diesem Wettbewerb zu bestehen.

## ZUGANGSVORAUSSETZUNG UND BEWERBUNG

Zugangsvoraussetzung ist u.a. ein qualifizierter einschlägiger Bachelor oder Diplom-Abschluss im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich.

Weiterführende Information zu den Zugangsvoraussetzungen sowie dem Bewerbungsverfahren finden Sie auf der Homepage der Fakultät. Die Bewerbung ist sowohl zum Sommer- als auch zum Wintersemester eines Jahres möglich.

Studieninteressierte mit ausländischem Bachelor-Abschluss bewerben sich zunächst über Uni-Assist e.V.: [www.uni-assist.de](http://www.uni-assist.de)

## STUDIENINHALTE UND STUDIENVERLAUF

Der M.Sc. Management und Marketing an der Bergischen Universität ist ein forschungsorientierter Masterstudiengang. Er besteht aus fünf Pflichtmodulen sowie aus zwei Wahlpflichtmodulen. Hinzu kommen zwei Seminare und ein frei wählbares Modul oder drei Seminare. In den fünf Pflichtmodulen werden jeweils solche Module aus der Betriebswirtschaftslehre, der Volkswirtschaftslehre und den Methodenfächern zusammengeführt, die eine besondere inhaltliche Komplementarität aufweisen. Im Wahlpflichtbereich werden, je nach individueller Interessenlage zwei von sechs Modulen belegt. Das weitere Wahlpflichtmodul kann aus dem Mastermodulangebot frei gewählt werden.

Die Seminare werden aus den Pflichtmodulen oder aus dem gewählten Wahlpflichtmodul ausgesucht. In der Master-Thesis wird schließlich ein Bereich des Schwerpunktes aufgegriffen. Dabei sollten die Studierenden nach Möglichkeit an Themen arbeiten, die sich aus den Forschungsinteressen des Kompetenzfeldes ergeben und somit auch als Vorbereitung auf eine mögliche wissenschaftliche Laufbahn angesehen werden können.

## ABSCHLÜSSE UND PERSPEKTIVEN

Mit dem erfolgreichen Abschluss des Master-Studiums erreichen die Studierenden den akademischen Grad Master of Science (M.Sc.). Er weist nicht nur in Deutschland eine höhere wissenschaftliche Qualifikation auf, sondern auch in vielen anderen Staaten der EU. Nach derzeitigem Stand ist ein M.Sc.-Abschluss notwendige Voraussetzung für die Aufnahme einer Promotion.

## BERUFSFELDER

Die Absolvent\*innen sind in der Lage, auf Basis wirtschaftspsychologischer Kenntnisse sowie methodischer Kompetenzen im Bereich der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung eine Informationsgrundlage für eine Unternehmensstrategie zu entwickeln und umzusetzen. Darüber hinaus können Sie die Konsequenzen von Managemententscheidungen sowohl aus der Innenperspektive (Personalperspektive) als auch aus der Außenperspektive (Marktperspektive) beurteilen. Die Absolvent\*innen sind außerdem in der Lage, die Unternehmensstrategien auf der Basis der wissenschaftlichen Theorien des Marketings, des Servicemanagements und Personalmanagements sowie der Arbeits- und Organisationspsychologie aufzuzeigen, zu beurteilen, zu differenzieren und umzusetzen. Sie können selbstständig unterschiedliche Marketing-, Dienstleistungs- und Personalstrategien entwickeln, auf wissenschaftlicher Grundlage abwägen und zu einem begründeten Auswahlurteil gelangen. Ferner können Sie die Konsequenzen dieser Strategieentscheidungen für den Wettbewerb aus betriebswirtschaftlicher und wirtschaftspsychologischer Sicht beurteilen.

**Der Studiengang qualifiziert vor allem für folgende Positionen:**

- Personalmanager\*in
- Wirtschaftspsychologin\*Wirtschaftspsychologe
- Marktforscher\*in
- Marketingmanager\*in
- Unternehmensberater\*in
- Assistent\*in der Geschäftsführung bzw. des Vorstands