



Umwelt-Campus
Birkenfeld

H O C H
S C H U L E
T R I E R

Fachbereich Umweltplanung/Umwelttechnik

Modulhandbuch

Projektmanagement: Kommunikation, Psychologie und Nachhaltigkeit

Master of Science

Stand Februar 2026

Inhaltsverzeichnis

1	Leitbild Lehre	1
2	Curriculum	1
2.1	Projektmanagement: Kommunikation, Psychologie und Nachhaltigkeit – (Beginn im Sommersemester)	2
2.2	Projektmanagement: Kommunikation, Psychologie und Nachhaltigkeit – (Beginn im Wintersemester)	3
3	Pflichtmodule	4
3.1	Innovative Change- und Projektmanagement Methoden	4
3.2	Projekt- und Unternehmenskommunikation	5
3.3	Nachhaltigkeitsmanagement	7
3.4	Praxisbezogene Projektarbeit (Master)	9
3.5	Projektmanagement, Controlling und Personal	11
3.6	Marketing, PR und Kommunikation	11
3.7	Arbeits- und Organisationspsychologie	13
3.8	Forschungsprojekt	15
3.9	Abschlussarbeit und Kolloquium	17
4	Wahlpflichtmodule mit freier Wahl (Master)	19

Bitte beachten Sie, dass in einigen Fällen die Modulverantwortlichen nicht den Lehrenden des aktuellen Semesters entsprechen. Die Lehrenden des jeweiligen Semesters entnehmen Sie bitte dem semesteraktuellen Stundenplan.

Abkürzungsverzeichnis Masterstudiengänge

Angewandte Informatik	MAI
Bio- und Prozess-Verfahrenstechnik	BPV
Bio-, Pharma- und Prozesstechnik	BPP
Business Administration and Engineering	BAE
Digitale Produktentwicklung - Maschinenbau	DPE
Erneuerbare Energien	MEE
Medieninformatik	MMI
Projektmanagement: Kommunikation, Psychologie und Nachhaltigkeit	MPM
Reinraum-Technologie bei der Arzneimittelherstellung	RTA
Reinraum-Technologie bei der Arzneimittelherstellung (dual)	D-RTA
Umweltorientierte Energietechnik	UET

1 Leitbild Lehre

<https://www.hochschule-trier.de/hochschule/hochschulportraet/profil-und-selbstverstaendnis/leitbild-lehre>

Die Hochschule Trier als anwendungsorientierte Bildungs- und Forschungseinrichtung mit internationaler Ausrichtung und regionaler Verwurzelung begleitet ihre Studierenden bei der Entwicklung eines zukunftsorientierten Kompetenzportfolios, das neben disziplinspezifischen auch interdisziplinäre und überfachliche Aspekte beinhaltet. Für das Qualifikationsprofil der Studierenden bedeutet dies

- aktuelle fachliche, persönliche und methodische Kompetenzen aufzubauen,
- Schlüsselkompetenzen zu entwickeln sowie
- befähigt zu sein, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

Innovative Lehr- und Lernformen fördern die Studierenden bei der eigenverantwortlichen und individuellen Gestaltung ihres Studiums. Praxisbezug und Interdisziplinarität sind Kernelemente der Lehre. Absolventinnen und Absolventen können Aufgaben in ihrer Fachdisziplin fachlich fundiert und interdisziplinär bearbeiten, sich auf neue Aufgaben einstellen sowie sich das dazu notwendige Wissen eigenverantwortlich aneignen.

Die fachliche und methodische Ausgestaltung der Studiengänge in Form der Entwicklung eines konkreten Qualifizierungsziels auf dem aktuellen Stand von Wissenschaft und Kunst orientiert sich an diesen übergreifenden Prämissen.

Gute Lehre bedeutet daher für uns, dass wir diese Ziele durch gemeinsames Wirken aller Mitglieder der Hochschule verfolgen.

In diesem Sinne verpflichten sich die Mitglieder der Hochschule Trier den folgenden Grundsätzen:

Studierende

- übernehmen die Verantwortung für ihren eigenen Lernprozess,
- pflegen das Selbststudium und erlernen die hierzu notwendigen Techniken,
- geben Lehrenden konstruktive Rückmeldung und gestalten die Lehre und die gesamte Hochschule durch Mitarbeit in Gremien aktiv mit.

Lehrende

- stellen ein hohes fachliches Niveau sicher, das einen aktuellen Anwendungs- und Forschungsbezug aufweist,
- ermöglichen die Beteiligung der Studierenden an Praxis- und Forschungsprojekten und fördern die Entwicklung von neuen Erkenntnissen und Perspektiven mit dem Ziel wissenschaftlicher Exzellenz,
- fördern den Lernprozess der Studierenden durch geeignete didaktische Methoden und richten ihre Lehre an den zu vermittelnden Kompetenzen aus,
- nutzen Feedback und Evaluation zur eigenen Weiterentwicklung und entwickeln ihre Lehrkonzepte kontinuierlich weiter.

Die Beschäftigten der Fachbereiche und der Service-Einrichtungen

- beraten die Studierenden umfassend während des gesamten Student-Life-Cycle und qualifizieren diese in überfachlichen Angeboten,
- unterstützen mit einer hohen Serviceorientierung und Professionalität alle Hochschulmitglieder,
- wirken beim bedarfsgerechten Ausbau und bei der Weiterentwicklung der Infrastruktur mit.

Das Präsidium, die Fachbereichsleitungen und die Hochschulgremien

- stellen angemessene Mittel für Infrastruktur und personelle Ressourcen bereit,
- übernehmen Verantwortung für die Umsetzung dieses Leitbilds.

Alle Mitglieder der Hochschule gehen respektvoll miteinander um.

2 Curriculum

2.1 Projektmanagement: Kommunikation, Psychologie und Nachhaltigkeit – (Beginn im Sommersemester)¹

	1		2		3		Summe		
	SWS	LP (ECTS)	SWS	LP (ECTS)	SWS	LP (ECTS)	SWS	LP (ECTS)	Gewicht
Projektmanagement									
Innovative Change- und Projektmanagement Methoden	4	5					4	5	5
Projektmanagement, Controlling und Personal			4	5			4	5	5
Summe	4	5	4	5			8	10	10
Kommunikation									
Projekt- und Unternehmenskommunikation	4	5					4	5	5
Marketing, PR und Kommunikation			4	5			4	5	5
Summe	4	5	4	5			8	10	10
Psychologie									
Arbeits- und Organisationspsychologie			4	5			4	5	5
Summe			4	5			4	5	5
Nachhaltigkeit									
Nachhaltigkeitsmanagement	4	5					4	5	5
Summe	4	5					4	5	5
Freie Wahlpflichtfächer und Projekte									
Wahlpflichtmodul mit freier Wahl (Master) ²	4	5					4	5	5
Praxisbezogene Projektarbeit (Master)	4	10					4	10	10
Wahlpflichtmodul mit freier Wahl (Master) ²			4	5			4	5	5
Forschungsprojekt			8	10			8	10	10
Summe	8	15	12	15			20	30	30
Abschlussarbeit						24		24	24
Kolloquium						6		6	6
Summe Abschlussarbeit						30		30	30
Summe ges.	20	30	24	30		30	44	90	90

¹ Für einen Aufenthalt an einer anderen Hochschule eignet sich insbesondere das 3. Fachsemester.

² Die Studierenden können nach Absprache mit der Studiengangsleitung Module aus anderen Masterstudiengängen an der Hochschule Trier belegen. Näheres regelt das Modulhandbuch.

2.2 Projektmanagement: Kommunikation, Psychologie und Nachhaltigkeit - (Beginn im Wintersemester)³

	1		2		3		Summe		
	SWS	LP (ECTS)	SWS	LP (ECTS)	SWS	LP (ECTS)	SWS	LP (ECTS)	Gewicht
Projektmanagement									
Projektmanagement, Controlling und Personal	4	5					4	5	5
Innovative Change- und Projektmanagement Methoden			4	5			4	5	5
Summe	4	5	4	5			8	10	10
Kommunikation									
Marketing, PR und Kommunikation	4	5					4	5	5
Projekt- und Unternehmenskommunikation			4	5			4	5	5
Summe	4	5	4	5			8	10	10
Psychologie									
Arbeits- und Organisationspsychologie	4	5					4	5	5
Summe	4	5					4	5	5
Nachhaltigkeit									
Nachhaltigkeitsmanagement			4	5			4	5	5
Summe			4	5			4	5	5
Freie Wahlpflichtfächer und Projekte									
Wahlpflichtmodul mit freier Wahl (Master) ⁴	4	5					4	5	5
Forschungsprojekt	8	10					8	10	10
Wahlpflichtmodul mit freier Wahl (Master) ⁴			4	5			4	5	5
Praxisbezogene Projektarbeit (Master)			4	10			4	10	10
Summe	12	15	8	15			20	30	30
Abschlussarbeit						24		24	24
Kolloquium						6		6	6
Summe Abschlussarbeit						30		30	30
Summe ges.	24	30	20	30		30	44	90	90

³ Für einen Aufenthalt an einer anderen Hochschule eignet sich insbesondere das 3. Fachsemester.

⁴ Die Studierenden können nach Absprache mit der Studiengangsleitung Module aus anderen Masterstudiengängen an der Hochschule Trier belegen. Näheres regelt das Modulhandbuch.

3 Pflichtmodule

3.1 Innovative Change- und Projektmanagement Methoden

Innovative Change- und Projektmanagement Methoden			5 ECTS
Modulkürzel: PROMAME	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden	Dauer: 1 Semester	
Lehr-/Lernformen: Vorlesung mit integrierten Übungselementen	Präsenzzeit: 4 SWS/ 45 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 40 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: MPM Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Die Studierenden erlangen Wissen über innovative Ansätze des Change- und Projektmanagements. Sie kennen die Besonderheiten agiler und hybrider Methoden des Projektmanagements, KI-basierter Managementtools sowie veränderungspsychologischer Anforderungen und können diese im Kontext von Unternehmens- und Teamkultur sowie Führungsaspekten reflektieren. Sie können den Faktor „Mensch“ im Change- und Projektmanagement einschätzen und kennen die Rahmenbedingungen für erfolgreiche (Veränderungs-)Projekte, gute Teamleistungen und die persönliche Weiterentwicklung von Mitarbeitenden. Die Studierenden sind zudem mit Instrumenten für den Umgang mit Widerständen und Pfadabhängigkeiten vertraut und erlangen Wissen über die Gestaltung gesellschaftlicher Transformationsprozesse. Sie kennen internationale Standards und Modelle des Change- und Projektmanagements.			
Inhalte: In der Veranstaltung werden folgende Themen behandelt: • Internationale Standards im Projektmanagement (IPMA) • Internationale Modelle des Change Managements • Agile Methoden des Projektmanagements (Scrum, Kanban) • Skalierte Agilität, hybrides Projektmanagement • Künstliche Intelligenz im Projektmanagement • Relevanz von Unternehmens- und Teamkultur für Veränderungs- und Projekterfolg • Führung in (virtuellen) Projektteams und in Veränderungsprozessen • Umgang mit Widerständen und Pfadabhängigkeiten • Systemische Ansätze des Change Managements • Gestaltung von Transformationsprozessen			
Empfehlung für die Teilnahme: Keine			

<u>Vergabe von Leistungspunkten:</u> Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Klausur sowie einer Projektpräsentation vergeben.
<u>Umfang und Dauer der Prüfung:</u> Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.
<u>Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung:</u> 5/90 [5,56%] für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 [4,17%] für 4-semesterige Studiengänge
<u>Häufigkeit des Angebotes:</u> Jährlich (im Sommersemester)
<u>Modulverantwortliche/r:</u> Prof. Dr.-Ing. Florian Mohr
<u>Literatur:</u> • Kuster Jürg u.a. Handbuch Projektmanagement: Agil – Klassisch – Hybrid • Lüttge Christoph: Psychologie im Projektmanagement: Projektleitung in komplexen Organisationen • Timinger Holger: Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg • Jakoby Walter: Intensivtraining Projektmanagement • Von Rosenstiel Lutz, Comelli Gerhard: Führung zwischen Stabilität und Wandel • Vahs Dietmar, Weiland Achim: Workbook Change Management • Schneidewind Uwe: Die Große Transformation. Eine Einführung in die Kunst gesellschaftlichen Wandels

3.2 Projekt- und Unternehmenskommunikation

Projekt- und Unternehmenskommunikation			5 ECTS
<u>Modulkürzel:</u> PROUNT	<u>Workload (Arbeitsaufwand):</u> 150 Stunden		<u>Dauer:</u> 1 Semester
<u>Lehr-/Lernformen:</u> Vorlesung mit integrierter Übungsvertiefung	<u>Präsenzzeit:</u> 4 SWS/ 45 h	<u>Selbststudium:</u> 105 h	<u>Geplante Gruppengröße:</u> 20 Studierende
<u>Verwendbarkeit des Moduls:</u> Als Pflichtmodul: MPM, BAE Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden:

- komplexe Kommunikationsmodelle auf Projekte und Unternehmen verstehen und kritisch bewerten
- Kommunikationsstrategien für verschiedene Stakeholder entwickeln und ihre Wirksamkeit analysieren
- interne und externe Kommunikationsprozesse in Projekten und Unternehmen planen, steuern und evaluieren
- Krisenkommunikation strategisch entwickeln
- digitale Kommunikationsinstrumente zielgerichtet planen und evaluieren
- interkulturelle und interdisziplinäre Kommunikationsherausforderungen kennen
- kommunikative Führungskompetenzen in Projekten verstehen
- ethische Aspekte der Unternehmenskommunikation reflektieren und in Entscheidungen einbeziehen

Inhalte:

Das Modul vermittelt fortgeschrittene Konzepte der Projekt- und Unternehmenskommunikation:

- theoretische Grundlagen: Von klassischen zu postmodernen Kommunikationsmodellen
- strategische Kommunikationsplanung in Projekten und Unternehmen
- Stakeholder-Mapping und zielgruppenspezifische Kommunikationsansätze
- Change Communication: Kommunikative Begleitung von Veränderungsprozessen
- Krisenkommunikation: Prävention, Reaktion und Reputation Management
- digitale Transformation der Unternehmenskommunikation
- interkulturelle Kommunikation in globalen Projekten
- Kommunikationscontrolling und KPIs
- Ethik und Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation

Praxisbeispiele vertiefen die theoretischen Inhalte.

Empfehlung für die Teilnahme:

Keine

Vergabe von Leistungspunkten:

Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Klausur vergeben.

Umfang und Dauer der Prüfung:

Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.

Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung:

5/90 [5,56%] für 3-semestrige Studiengänge;
5/120 [4,17%] für 4-semestrige Studiengänge

Häufigkeit des Angebotes:

Jährlich (im Sommersemester)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Christoph Kreiterling
Literatur: • Cornelissen, J. (2023). Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice. 7. Aufl. SAGE. • Coombs, W. T. (2023). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. 6. Aufl. SAGE. • Mast, C. (2022). Unternehmenskommunikation: Ein Leitfaden. 8. Aufl. UVK Verlag. • Zerfaß, A. & Piwinger, M. (Hrsg.) (2022). Handbuch Unternehmenskommunikation. 3. Aufl. Springer Gabler. • Schach, A. (2021). Projektmanagement und Kommunikation: Grundlagen und Methoden. Springer Gabler. • Steyn, B. & Niemann, L. (2022). Strategic Communication: Theory and Practice. Routledge. • Tench, R. & Yeomans, L. (2023). Exploring Public Relations and Management Communication. 6. Aufl. Pearson. • Van Ruler, B. (2022). Communication Theory: An Understandable Approach. De Gruyter Mouton.

3.3 Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeitsmanagement			5 ECTS
Modulkürzel: NAHAMA	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden	Dauer: 1 Semester	
Lehr-/Lernformen: Vorlesung Seminar	Präsenzzeit: 2 SWS / 22,5 h 2 SWS / 22,5 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 20 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: MPM, BAE Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Die Studierenden erlangen Wissen über das betriebliche Nachhaltigkeitsmanagement. Sie kennen die internationalen und nationalen Vorgaben und Regelwerke. Sie sind mit den ESG-Kriterien (Environmental, Social und Corporate Governance) vertraut, um die Bemühungen einer Organisation im Bereich Nachhaltigkeit erfassen und analysieren zu können. Sie können eine Nachhaltigkeitsstrategie für ein Unternehmen skizzieren. Die Studierenden kennen verschiedene Methoden und Vorgehensweisen zur systematischen Vorbereitung, Gliederung und inhaltlichen Ausarbeitung eines wissenschaftlichen Vortrags. Die Studierenden sind in der Lage, einen komplexen fachlichen Sachverhalt aus dem Bereich Nachhaltigkeitsmanagement aufzuarbeiten, in			

einem Text strukturiert zusammenzufassen und die Inhalte in einem Fachvortrag vorzustellen.

Inhalte:

Das Modul Nachhaltigkeitsmanagement behandelt nicht nur die Konzepte des Nachhaltigkeitsmanagements, sondern auch die relevanten Vorgaben und Instrumente, die in allen wesentlichen Managementbereichen eingesetzt werden.

- Ethische Grundlagen des betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements
- Effizienz, Konsistenz und Suffizienz
- Entwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen
- Nachhaltigkeit messen und steuern
- Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – gesetzliche Vorgaben für menschenrechtliche und umweltbezogene unternehmerische Sorgfalt
- Handelsrechtliche Nachhaltigkeitsberichterstattung
- ESRS – Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001
- Energiemanagementsysteme nach ISO 50001
- Umweltmanagementsysteme nach der europäischen EMAS-Verordnung
- Sozialstandards und gesellschaftliche Verantwortung in internationalen Rahmenwerken (SA 8000, ISO 45001, ISO 26000)
- Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie für die Neuausrichtung von Unternehmen
- Nachhaltigkeitscontrolling

Mögliche Vortragsthemen wären z. B.:

- Praktische Herausforderungen bei der Bereitstellung von nichtfinanziellen Leistungsinformationen
- Zur Notwendigkeit von Nachhaltigkeit in der Corporate Governance
- Leadership für nachhaltiges Wirtschaften
- Integrierte Managementsysteme
- Nachhaltigkeitsmarketing
- Nachhaltiges Personalmanagement
- Nachhaltiges Management von Wertschöpfungsketten
- Nachhaltigkeit und Kapitalbeschaffung von Unternehmen
- Das Nachhaltigkeitsmanagement von Organisation „XY“
- Digitalisierung und künstliche Intelligenz im Nachhaltigkeitsmanagement
- Aktuelle Trends und Entwicklungen im Nachhaltigkeitsmanagement

Empfehlung für die Teilnahme:

Keine

Vergabe von Leistungspunkten:

Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Klausur und einer Präsentation vergeben.

Umfang und Dauer der Prüfung:

Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.
<u>Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung:</u> 5/90 [5,56%] für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 [4,17%] für 4-semesterige Studiengänge
<u>Häufigkeit des Angebotes:</u> Jährlich (im Sommersemester)
<u>Modulverantwortliche/r:</u> NN <u>Lehrender:</u> Dr. Stefan Stumm
<u>Literatur:</u> • Baumast Annett, Pape Jens: Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement • Freiberg Jens, Bruckner Andrea: Corporate Sustainability - Kompass für die Nachhaltigkeitsberichterstattung • Hahn Rüdiger: Sustainability Management: Global Perspectives on Concepts, Instruments, and Stakeholders • Hinrichs Bernd: Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie: Roadmap für unternehmerische Nachhaltigkeit & Innovation

3.4 Praxisbezogene Projektarbeit (Master)

Praxisbezogene Projektarbeit (Master)			10 ECTS
<u>Modulkürzel:</u> PPA (Master)	<u>Workload (Arbeitsaufwand):</u> 300 Stunden		<u>Dauer:</u> 1 Semester
<u>Lehrveranstaltung:</u> Projektarbeit	<u>Präsenzzeit:</u> 4 SWS/ 45 h	<u>Selbststudium:</u> 255 h	<u>Geplante Gruppengröße:</u> 20 Studierende
<u>Verwendbarkeit des Moduls:</u> Als Pflichtmodul: MPM Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
<u>Lernergebnisse/Kompetenzen:</u> Die Studierenden wenden die verschiedenen praxis- und/ oder theorieorientierten Techniken und Methoden zur selbständigen und systematischen Durchführung von Forschungs- und Entwicklungsaufgaben an. Im Modul stehen die praktische Anwendung und kritische Reflektion fachspezifischer Methoden im Vordergrund. Dabei ist die Fähigkeit, konstruktiv und unter Zeitdruck im Team zu arbeiten, ein weiteres wichtiges Qualifikationsziel.			

Inhalte:

Es wird unter Anleitung der betreuenden Professoren eine anspruchsvolle Projektarbeit konzipiert, realisiert und präsentiert. Das Modul vermittelt wissenschaftliche Methodik und Fähigkeiten unter Anleitung der betreuenden Professoren. Die Studierenden bearbeiten eine anwendungsbezogene Problemstellung unter Anleitung so, dass sie Techniken und Methoden erproben, welche für die spätere selbständige Durchführung von Projektarbeiten erforderlich sind. Die Teilnehmenden vertiefen ihre Kenntnisse in den Bereichen:

- Teamwork
- Zeitmanagement
- Digitale Tools zur kollaborativen Zusammenarbeit
- Digitale Tools zur Projektkommunikation
- Eigenständige Arbeitsorganisation
- Projektergebnis-Präsentation

Empfehlung für die Teilnahme:

Keine

Vergabe von Leistungspunkten:

Note und Leistungspunkte werden auf Grundlage einer Projektarbeit mit Präsentation vergeben.

Umfang und Dauer der Prüfung:

Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.

Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung:

10/90 (11,11 %) für 3-semesterige Studiengänge;
10/120 (8,33 %) für 4-semesterige Studiengänge

Häufigkeit des Angebotes:

Jährlich (im Sommersemester)

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Tim Schönborn, Prof. Dr. Christoph Kreiterling

Lehrende/r:

Prof. Dr. Tim Schönborn, Frau Beatrix Sieben

Literatur:

- Bachmann Winfried, Bachmann Fiona: Im Team zum Ziel. Die Entwicklung von Teamfähigkeiten
- Freitag Mathias: Kommunikation im Projektmanagement
- Kuster Jürg u.a. Handbuch Projektmanagement: Agil – Klassisch – Hybrid
- Jakoby Walter: Intensivtraining Projektmanagement
- Sandberg Berit: Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion

- Traub Silke: Projektarbeit erfolgreich gestalten: Über individualisiertes, kooperatives Lernen zum selbstgesteuerten Kleingruppenprojekt

3.5 Projektmanagement, Controlling und Personal

Projektmanagement, Controlling und Personal			5 ECTS
Modulkürzel: PROMACOPE	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden	Dauer: 1 Semester	
Lehrveranstaltung: Vorlesung	Präsenzzeit: 4 SWS / 45 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 20 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: RTA, D-RTA, MPM Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Die Studierenden erlangen das Wissen über die Methodik des Projektmanagements und des Projektcontrollings. Sie verstehen die Anforderungen, die sich für die Projektsteuerung aus (unerwarteten) Änderungen bei der Projektabwicklung ergeben. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, Projektteams zu führen sowie Projekte planen und abwickeln zu können.			
Inhalte: In der Veranstaltung werden folgende Themen behandelt: • Grundlagen des Projektmanagements, • Planung, Organisation und Steuerung von Projekten, • Projektvorgehensmodelle (klassisch, agil), • Projektstrukturierung, Projektphasen, Meilensteine, • Projektabwicklung (Zeitplantechnik, Meilenstein-Trendanalyse), • Projektbudgetierung, • Projektdokumentation (Lasten- und Pflichtenheft), • Werkzeuge der Projektplanung (MS Project), • Risikoanalysen von Projekten, • Projektcontrolling (mit Bezug auf die Projektabwicklung), • Aufgaben des Projektleiters, Projektverantwortung, • Personalplanung, Personalorganisation, • Teamarbeit und Führen von Projektteams (Kommunikation, Konfliktlösung), • Personalführung.			
Empfehlung für die Teilnahme: Die Studierenden sollten die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre beherrschen.			
Vergabe von Leistungspunkten: Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Klausur vergeben.			
Umfang und Dauer der Prüfung: Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen			

Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.
Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung: 5/90 [5,56 %] für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 [4,17 %] für 4-semesterige Studiengänge
Häufigkeit des Angebotes: Jährlich (im Wintersemester)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Florian Mohr
Literatur: • Jürg Kuster, Eugen Huber, Robert Lippmann, Alphons Schmid, Emil Schneider, Urs Witschi, Roger Wüst: Handbuch Projektmanagement, 4. Auflage, Springer-Verlag 2018 • Walter Jakoby: Intensivtraining Projektmanagement, Springer-Verlag 2015 • The Rules Governing Medicinal Products in the European Union Volume 4 EU Guidelines for Good Manufacturing Practice for Medicinal Products for Human and Veterinary Use, https://health.ec.europa.eu/medicinal-products/eudralex/eudralex-volume-4_en

3.6 Marketing, PR und Kommunikation

Marketing, PR und Kommunikation			5 ECTS
Modulkürzel: MAPUKO	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden		Dauer: 1 Semester
Lehr-/Lernformen: Seminar	Präsenzzeit: 4 SWS/ 45 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 30 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: MPM, BAE Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Nach einem erfolgreichen Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung der Situationsanalyse für das Marketing zu verstehen. Sie können Techniken der Konkurrenzanalyse erklären und anwenden. Sie verstehen den Ablauf eines kundenorientierten Marketingprojektes. Sie sind dazu in der Lage Fachwissen aus relevanter Literatur zu extrahieren, zusammenzufassen und zu präsentieren. Die Studierenden können ein praktisches Marketing-Projekt im Bereich PR/Kommunikation entwickeln, durchführen und präsentieren.			
Inhalte: Die Studierenden vertiefen in der Veranstaltung spezielle Aspekte des Marketings. Im Schwerpunkt stehen Themen aus folgenden Bereichen:			

• Marktforschung • Marketing-Management • Dienstleistungs-Marketing • Social-Media und Online-Marketing • Marketing bei Kaufunsicherheit der Nachfrager • Hochschulmarketing
Empfehlung für die Teilnahme: keine
Vergabe von Leistungspunkten: Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Projektarbeit mit Präsentation vergeben.
Umfang und Dauer der Prüfung: Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.
Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung: 5/90 [5,56 %] für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 [4,17 %] für 4-semesterige Studiengänge
Häufigkeit des Angebotes: Jährlich (im Wintersemester)
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Tim Schönborn
Literatur: • Backhaus Klaus: Multivariate Analysemethoden • Meffert Heribert: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung • Schönborn Tim: Käuferverhalten bei Unsicherheit: Eine nachfragerorientierte Analyse im Kontext der Neuen mikroökonomischen Marketingtheorie

3.7 Arbeits- und Organisationspsychologie

Arbeits- und Organisationspsychologie			5 ECTS
Modulkürzel: AOPSY	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden		Dauer: 1 Semester
Lehrveranstaltung: Vorlesung mit integrierter Übungsvertiefung	Präsenzzeit: 4 SWS/ 45 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 20 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: MPM			

Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden:

- analysieren komplexe arbeits- und organisationspsychologische Fragestellungen und entwickeln evidenzbasierte Lösungsansätze
- wissen, wie man psychologische Theorien und Methoden auf Herausforderungen in Projektmanagement und Personalführung anwendet
- kennen die Grundlagen der Personalentwicklung und des Coachings
- bewerten und hinterfragen aktuelle Forschungsergebnisse zur Arbeitsgestaltung, Motivation und Teameffektivität
- verstehen Konzepte zur Förderung von Resilienz, Arbeitszufriedenheit und Work-Life-Balance in modernen Arbeitsumgebungen
- gestalten psychologisch fundierte Interventionen zur Organisationsentwicklung und Change Management
- reflektieren ethische Aspekte psychologischer Einflussnahme in Organisationen
- integrieren Erkenntnisse aus Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie in nachhaltige Projektmanagement-Strategien

Inhalte:

- Psychologische Grundlagen moderner Arbeitswelten: Menschenbilder, Motivation, Arbeitszufriedenheit
- Personalauswahl und -entwicklung: Eignungsdiagnostik, Assessment Center, Coaching
- Führung und Teamarbeit: Führungsstile, Teamentwicklung, virtuelle Zusammenarbeit
- Arbeitsgestaltung und Gesundheit: Job Demands-Resources Modell, Stressmanagement, Resilienzförderung
- Organisationskultur und -veränderung: Kulturanalyse, Change Management, agile Methoden
- Digitalisierung der Arbeit: Mensch-Technik-Interaktion, digitale Transformation, New Work
- Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility aus psychologischer Perspektive
- Projektmanagement: Psychologische Aspekte der Planung, Teamführung und Stakeholder-Kommunikation
- Praxisbeispiele zur Anwendung psychologischer Konzepte im Projektkontext.

Empfehlung für die Teilnahme:

Keine

Vergabe von Leistungspunkten:

Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Klausur vergeben.

Umfang und Dauer der Prüfung:

Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und

Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.
Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung: 5/90 [5,56 %] für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 [4,17 %] für 4-semesterige Studiengänge
Häufigkeit des Angebotes: Jährlich [im Wintersemester]
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Christoph Kreiterling
Literatur: • Nerdinger, F. W., Blickle, G., & Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Aufl.). Springer. • Kauffeld, S. (Hrsg.). (2021). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor (3. Aufl.). Springer. • Rigotti, T., Korek, S., & Otto, K. (2020). Gesund mit und durch Arbeit: Ein Lehrbuch der Arbeits- und Organisationspsychologie. Hogrefe. • Schein, E. H., & Schein, P. (2018). Organizational Culture and Leadership (5. Aufl.). Wiley. • Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job demands–resources theory: Taking stock and looking forward. <i>Journal of Occupational Health Psychology</i>, 22(3), 273–285. • Grote, G., & Guest, D. (2017). The case for reinvigorating quality of working life research. <i>Human Relations</i>, 70(2), 149–167. • Cascio, W. F., & Montealegre, R. (2016). How technology is changing work and organizations. <i>Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior</i>, 3, 349–375. • Deci, E. L., Olafsen, A. H., & Ryan, R. M. (2017). Self-determination theory in work organizations: The state of a science. <i>Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior</i>, 4, 19–43.

3.8 Forschungsprojekt

Forschungsprojekt			10 ECTS
Modulkürzel: FORPRO	Workload (Arbeitsaufwand): 300 Stunden		Dauer: 1 Semester
Lehrveranstaltung: Seminar	Präsenzzeit: 8 SWS/ 90 h	Selbststudium: 210 h	Geplante Gruppengröße: 20 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: MPM Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen:			

Die Studierenden verstehen die Grundlagen der Bereiche Marktforschung und Statistik. Sie sind in der Lage geeignete empirische Daten zu Marktforschungszwecken mittels verschiedener Methoden zu sammeln und diese in einem interdisziplinären Projekt anzuwenden. Sie wissen die gesammelten Daten mittels SPSS zu analysieren und in einen geeigneten Kontext zu setzen.

Inhalte:

- Methoden der Marktforschung und Statistik allgemein
- Einführung in die Fragestellung (Projekt mit regionalen Kooperationspartnern)
- Fragebogenentwicklung
- Physische Datenerhebung
- Dateneingabe
- Datenanalyse mit SPSS
- Ergebnisinterpretation und Empfehlung
- Projektsteuerung

Empfehlung für die Teilnahme:

Grundlagen Marktforschung und Statistik

Vergabe von Leistungspunkten:

Entwurf und Präsentation des Fragebogens, physische Datenerhebung und korrekte Dateneingabe, Datenanalyse und mündliche Präsentation der Ergebnisse, schriftliche Ausarbeitung, aktive Projektbeteiligung

Umfang und Dauer der Prüfung:

Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.

Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung:

10/90 (11,11 %) für 3-semestrige Studiengänge;
10/120 (8,33 %) für 4-semestrige Studiengänge

Häufigkeit des Angebotes:

Jährlich (im Wintersemester)

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Rita Spatz, Prof. Dr. Thorsten Schaper

Literatur:

- Fahrmeir Ludwig, Künstler Rita, Pigeot Iris, Tutz Gerhard: Der Weg zur Datenanalyse
- Berekhoven Ludwig, Eckert Werner, Ellenrieder Peter: Marktforschung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen
- Bühl Achim: SPSS: Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25

3.9 Abschlussarbeit und Kolloquium

Abschlussarbeit und Kolloquium		30 ECTS
Modulkürzel:	Workload [Arbeitsaufwand]: 900 Stunden	Dauer: 1 Semester
Lehr-/Lernformen: a) Abschlussarbeit b) Kolloquium	Präsenzzeit/Selbststudium: 900 h	Geplante Gruppengröße: 1 Studierende(r)
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: MAI, MMI, DPE, MEE, RTA, D-RTA, MPM, BAE, BPP, UET Ergänzende Informationen für die Verwendung im dualen Studium Die Studierenden kontaktieren vorab die Studiengangleitung zur Festlegung der anwendungsorientierten Themenstellung an beiden Lernorten.		
Lernergebnisse/ Kompetenzen: Die Studierenden haben durch die erfolgreiche Bearbeitung des Moduls gezeigt, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Fachproblem selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Sie verfügen über ein breites und integriertes Wissen, einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen sowie über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien und Methoden. Sie sind in der Lage, ihr Wissen und ihr Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Fachgebiet stehen. Die Studierenden besitzen die Fähigkeit wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse selbstständig anzuwenden und weiterzuentwickeln. Sie sind zu Forschung sowie anderen Tätigkeiten befähigt, die ein hohes Maß an abstrahierender und formalisierender Auseinandersetzung und konstruktiver Lösungskompetenz erfordern. Sie können ihre Ergebnisse darüber hinaus in einem Kolloquium darlegen und argumentativ vertreten.		
Inhalte: Die Master-Thesis umfasst das Bearbeiten eines Themas mit wissenschaftlichen Methoden. Die Aufgabenstellung kann theoretische, experimentelle, empirische oder praxisorientierte Probleme umfassen. Die Studierenden präsentieren ihre Ergebnisse in einem Kolloquium vor einer Prüfungskommission. Dabei wird der Inhalt der Abschlussarbeit im Kontext des jeweiligen Studiengangs hinterfragt. Ergänzende Informationen für die Verwendung im dualen Studium Die dual Studierenden absolvieren dieses Modul i.d.R. beim jeweiligen Kooperationspartner.		
Empfehlungen für die Teilnahme: keine		
Vergabe von Leistungspunkten: Bewertung der Master-Thesis (80 %) und des Kolloquiums (20 %)		
Umfang und Dauer der Prüfung: Die Bearbeitungszeit beträgt 6 Monate. Sie beginnt mit der Ausgabe des Themas. Die Studierenden präsentieren ihre mit mindestens „ausreichend“ bewertete Master-Thesis		

in einem Kolloquium von in der Regel 45 Minuten. Die Zulassungskriterien sowie weitere Informationen zur Master-Thesis und zum Kolloquium können der Master-Prüfungsordnung des Studiengangs, in dem Sie eingeschrieben sind, entnommen werden.
<u>Stellenwert der Note für die Endnote:</u> 30/90 (33,33 %) für 3-semesterige Studiengänge; 30/120 (25 %) für 4-semesterige Studiengänge
<u>Häufigkeit des Angebotes:</u> Jedes Semester
<u>Modulverantwortliche/r:</u> Professor/in und evtl. externe/r Betreuer/in nach Wahl
<u>Literatur:</u> In Abhängigkeit von der Themenstellung

4 Wahlpflichtmodule mit freier Wahl (Master)

Die Studierenden haben grundsätzlich die freie Wahl ihrer Wahlpflichtmodule. Sie können sie u.a. auch aus dem Wahlpflichtmodulkatalog wählen, der jedes Semester vom Fachbereichsrat beschlossen wird.

Es muss ein Modul im Umfang von 5 ECTS aus einer beliebigen Fachwissenschaft gewählt werden. Zulässig sind u.a. alle Module aus den Master-Studiengängen der Hochschule Trier am Standort Birkenfeld mit Ausnahme von Modulen, deren Inhalt sich erheblich mit Pflichtmodulen des eigenen Studiengangs überschneidet. In Absprache mit der Studiengangleitung können auch relevante Lehrveranstaltungen anderer Standorte und Hochschulen anerkannt werden.

Zulässige Wahlpflichtmodule mit freier Wahl (Master) sind u.a.:

4.1 Coaching in Organisationen und Transformationsprozessen (WP)

Coaching in Organisationen und Transformationsprozessen (WP)			5 ECTS
Modulkürzel: COACH	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden		Dauer: 1 Semester
Lehr-/Lernformen: Blockveranstaltung mit Vorlesung (Vormittag) Übung/Peer-Coaching und Fallarbeit (Nachmittag)	Präsenzzeit: 4 SWS / 45 h (als Blockwoche, Mo-Sa, 09:00-17:50)	Selbststudium: 105 h <i>Vor der Blockwoche:</i> Lektüre ausgewählter Grundlagenliteratur, Auswahl eines Coaching-Falls aus eigener Praxis oder Fallpool, erste Fallanalyse und Strukturierung des Portfolios (ca. 75%). <i>Während der Blockwoche:</i> Tägliche Verschriftlichung und Reflexion der Peer-Coaching-Einheiten, methodische Einordnung der Interventionen, Überarbeitung des Fallkonzepts am Ende jedes Tages (ca. 5%). <i>Nach der Blockwoche:</i> Transfer- und Evaluation (ca. 20%).	Geplante Gruppengröße: 20 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: - Als Wahlpflichtmodul für Master-Studiengänge: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen:			

- Die Studierenden kennen zentrale Begriffe, Abgrenzungen und Qualitätskriterien von Coaching im Vergleich zu Beratung, Training, Supervision und Therapie.
- Sie verstehen Coaching als evidenzbasierte, ziel- und lösungsorientierte Begleitung in beruflichen Kontexten und können typische Einsatzfelder in Projekten und Transformation beschreiben.
- Sie wenden grundlegende Prozessmodelle (z.B. Contracting, Zielklärung, Intervention, Transfer, Evaluation) auf Fallbeispiele an.
- Sie beherrschen kommunikative Kernfertigkeiten der Coaching-Gesprächsführung (aktives Zuhören, Fragen, Reframing, Feedback, Zusammenfassen) und reflektieren deren Wirkung.
- Sie nutzen ausgewählte Methoden aus lösungsorientierten, systemischen und kognitiv-behavioralen Coaching-Ansätzen, angepasst an Fragestellung und Kontext.
- Sie erkennen Grenzen und Risiken professioneller Praxis (Rolle, Macht, Abhängigkeit, Vertraulichkeit) und orientieren sich an berufsethischen Standards.
- Sie können Coaching im Organisations- und Projektkontext einordnen, Schnittstellen zu Change-Kommunikation und Organizational Behaviour herstellen und Transferdesigns ableiten.
- Sie reflektieren die eigene Haltung als Coach in Ausbildung, geben und erhalten strukturiertes Feedback und leiten daraus persönliche Lernziele ab.

Inhalte:

- Coaching als Profession: Definitionen, Wirkannahmen, Abgrenzungen und Überblick zur Forschungslage (Wirksamkeit, Wirkfaktoren).
- Rahmen und Setting: Auftragsklärung (Contracting), Zielarbeit, Stakeholder- und Kontextanalyse (Organisation, Projekt, Rolle).
- Prozessmodelle und Grundlogik: z.B. GROW, CLEAR, lösungsorientierte Prozessführung, Transfer- und Follow-up-Design.
- Coaching-Beziehung und Haltung: Arbeitsbündnis, psychologische Sicherheit, Ressourcenorientierung, Umgang mit Ambivalenz und Widerstand.
- Gesprächsführung und Mikrointerventionen: aktives Zuhören, Fragen, Metakommunikation, Skalierungen, Reframing, Feedback, Umgang mit Emotionen.
- Methodenrepertoire: lösungsorientierte, systemische und kognitiv-behaviorale Techniken, passend zur Zielgruppe und Situation.
- Coaching im Projekt- und Change-Kontext: Rollenklärung, Konflikte, Team- und Stakeholderkommunikation, Lernen in Transformation.
- Evaluation und Qualität: Zielerreichungsmaße, Reflexion, Dokumentation, Grenzen der Messbarkeit, Qualitätsentwicklung.
- Ethik, Recht und Professionalität: Vertraulichkeit, Rollen- und Grenzmanagement, Datenschutz, Umgang mit Risiken, Hinweise zu Supervision.
- Standards und Berufsverbände: Orientierung an DGfC, DBVC, EMCC, ICF; Zertifizierungslogiken und Qualitätskriterien.
- Nachhaltigkeit und Verantwortung: Coaching für nachhaltige Entscheidungsfindung, Wertearbeit, Dilemmata in Transformationsprojekten.
- Praxisblock: Peer-Coaching in Triaden, Fallarbeit, Beobachtung und Feedback, kurze Transferprodukte für die eigene Projektpraxis.

Empfehlung für die Teilnahme:

Keine

Vergabe von Leistungspunkten:

Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage eines Portfolios, einer Präsentation und einer mündlichen Prüfung vergeben (Coaching-Fallbearbeitung, Reflexionsjournal, Transferkonzept und Kurzpräsentation).

Portfolio (40 %). Schriftliche Ausarbeitung eines evidenzbasierten Coaching-Falls mit Fallanalyse, Prozessdesign, Interventionen, theoretischer Fundierung, Reflexion und Transferkonzept. Das Portfolio ist spätestens mit Beginn der Präsentation elektronisch einzureichen.

Präsentation in der Blockwoche (40 %). Vorstellung des Coaching-Falls und der zentralen Lern- und Transferpunkte (ca. 15 Minuten).

Mündliche Fragen zum Portfolio im Anschluss an die Präsentation (20 %). Kurzes Fachgespräch (ca. 5–10 Minuten) zur theoretischen Fundierung, Methodenauswahl und Reflexion.

Die Präsentation sowie das anschließende Fachgespräch finden am Nachmittag des letzten Tages der Blockwoche statt.

Umfang und Dauer der Prüfung:

Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.

Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung:

5/90 (5,56 %) für 3-semesterige Studiengänge;

5/120 (4,17 %) für 4-semesterige Studiengänge

Häufigkeit des Angebotes:

Unregelmäßig

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Christoph Kreiterling

Literatur:

- Grant, A. M. (2017). Evidence-based coaching. In T. Bachkirova, G. Spence & D. Drake (Eds.), The SAGE Handbook of Coaching. Sage.
- Theeboom, T., Beersma, B., & van Vianen, A. E. M. (2014). Does coaching work? A meta-analysis. The Journal of Positive Psychology, 9(1), 1-18.
- Jones, R. J., Woods, S. A., & Guillaume, Y. R. F. (2016). The effectiveness of workplace coaching: A meta-analysis. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 89(2), 249-277.
- Grover, S., & Furnham, A. (2016). Coaching as a developmental intervention in organisations: A systematic review. PLoS ONE, 11(7), e0159137.
- Passmore, J. (Ed.). (2021). The Coaches' Handbook: The Complete Practitioner Guide for Professional Coaches. Routledge.
- Stober, D. R., & Grant, A. M. (Eds.). (2006). Evidence Based Coaching Handbook. Wiley.
- Schermuly, C. C. (2016). Coaching in der Arbeitswelt: Theorien, Modelle und empirische Befunde. Springer.
- Greif, S. (2015). Coaching und Ergebnisqualität: Evaluation und Wirksamkeit (2. Aufl.). Hogrefe.
- Künzli, R., & Fröhlich, C. (2022). Coaching: Grundlagen, Perspektiven und Praxis. Hogrefe.

- DGfC, DBVC, EMCC Global und ICF: Ethik-, Kompetenz- und Qualitätsstandards [Webressourcen].

4.2 Supply Chain Management

Supply Chain Management			5 ECTS
Modulkürzel: SUCHMA	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden	Dauer: 1 Semester	
Lehr-/Lernformen: Vorlesung Übung	Präsenzzeit: 3 SWS / 33,75 h 1 SWS / 11,25 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 30 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: BAE Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Studierende kennen die Probleme in unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten. Sie sind in die Lage versetzt, diese Probleme mit Hilfe der vermittelten Strategien, Prozesse, Methoden und DV-Techniken des Supply Chain Managements zu lösen und die gesamte Wertschöpfungskette optimal zu gestalten.			
Inhalte: Ziel des Supply Chain Managements (SCM) ist die ganzheitliche Planung und Steuerung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsketten. Diese reichen von der Beschaffung des Rohmaterials über die Herstellung von Produkten bis hin zu deren Verteilung bei den Kunden. Die Veranstaltung vermittelt die Idee und die konzeptionellen Grundlagen des Supply Chain Managements. Sie behandelt ausgewählte Komponenten (Kernelemente) des Supply Chain Managements und mögliche Vorgehensweisen zur optimalen Gestaltung von unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsketten. Schwerpunktthemen: Idee und konzeptionelle Grundlagen des Supply Chain Managements Kernelemente des Supply Chain Managements Vorgehensmodell für das Supply Chain Management			
Empfehlungen für die Teilnahme: Grundlegende Kenntnisse in Produktionslogistik und Prozessmanagement empfohlen			
Vergabe von Leistungspunkten: Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Hausarbeit sowie einer Projektpräsentation vergeben.			
Umfang und Dauer der Prüfung: Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen			

Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.	
Stellenwert der Note für die Endnote: 5/90 [5,56 %] für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 [4,17 %] für 4-semesterige Studiengänge	
Häufigkeit des Angebotes: Jährlich (im Sommersemester)	
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr.-Ing. Florian Mohr	
Literatur: • Becker Torsten: Prozesse in Produktion und Supply Chain optimieren. 3. Aufl., Springer Vieweg Verlag, Berlin Heidelberg 2018. • Klug, F.: Logistikmanagement in der Automobilindustrie - Grundlagen der Logistik im Automobilbau. 2. Aufl., Springer Vieweg Verlag, Berlin Heidelberg 2018. • Kurbel, K.: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie. 7. Aufl., Oldenbourg Verlag, München 2011. • Werner, H.: Supply Chain Management - Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 7. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2020.	

4.3 Professionelle Medienpraxis und Marketing

Professionelle Medienpraxis und Marketing			5 ECTS
Modulkürzel: PROMEMAR	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden		Dauer: 1 Semester
Lehrveranstaltung: Seminar	Präsenzzeit: 4 SWS / 45 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 30 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: MMI Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen des Marketings. Sie sind nach dem erfolgreichen Besuch der Veranstaltung in der Lage ein Briefing professionell durchzuführen. Die Studierenden können bei der Konzeption eines Medienprojektes die Erfordernisse des Marketings und der Mediengestaltung analysieren und beide Perspektiven berücksichtigen. Die Studierenden können professionelle Medienproduktionen für Marketingzwecke selbständig erschaffen.			
Inhalte: Gegenstand der Veranstaltung ist die Erarbeitung einer eigenständigen Medienproduktion auf fortgeschrittenem Niveau unter Berücksichtigung der Erfordernisse des			

Marketing. [Z.B. die Produktion eines Internetauftritts, eines Videofilms oder eines Printproduktes] Die Studierenden durchlaufen im Zuge des Semesters alle Phasen eines Projektes aus der Medienpraxis: • Konzeption des Projektes unter Berücksichtigung der Marketing-Erfordernisse • Planung • Produktion • Präsentation der Ergebnisse Der Fortschritt des Projektes wird durch Zwischenpräsentationen evaluiert.
Lehrformen: Projektarbeit/Seminar
Empfehlungen für die Teilnahme: Keine
Vergabe von Leistungspunkten: Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Projektarbeit mit Präsentation vergeben.
Umfang und Dauer der Prüfung: Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.
Stellenwert der Note für die Endnote: 5/90 [5,56%] für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 [4,17%] für 4-semesterige Studiengänge
Häufigkeit des Angebotes: Jährlich [im Wintersemester]
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Tim Schönborn
Literatur: • Bühler, Peter: Medienmarketing: Branding – Werbung – Corporate Identity • Sherwin, David: Creative Workshop • Meffert, Heribert: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele

4.4 Prozessmanagement

Prozessmanagement			5 ECTS
Modulkürzel: PROZMA	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden	Dauer: 1 Semester	
Lehr-/Lernformen:	Präsenzzeit:	Selbststudium:	Geplante Gruppengröße:

a) Vorlesung b) Übung/Seminar	2 SWS / 22,5 h 2 SWS / 22,5 h	105 h	50 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: DPE, BAE Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Die Studierenden kennen Methoden, Vorgehensweisen und DV-Techniken, um Geschäftsprozesse darzustellen, zu analysieren, Schwachstellen und Optimierungspotenziale zu erkennen und Unternehmen prozessorientiert zu gestalten.			
Inhalte: Im Rahmen der Veranstaltung werden ausgewählte Methoden, Vorgehensweisen und DV-Unterstützung zur Gestaltung prozessorientierter Unternehmen vermittelt. Basis bildet eine Architektur zur Beschreibung integrierter Informationssysteme. Ausgewählte Methoden zur Unternehmens- und Prozessmodellierung werden vorgestellt und in Übungen vertieft. Darauf aufbauend wird ein Leitfaden zur Geschäftsprozessoptimierung und zum ganzheitlichen Geschäftsprozessmanagement besprochen. Schwerpunktthemen: • Beschreibungsarchitektur • Ausgewählte Methoden zu Unternehmens- und Prozessmodellierung • Vorgehensmodell für das Geschäftsprozessmanagement			
Empfehlungen für die Teilnahme: Grundlegende Kenntnisse in Betriebsorganisation und Informatik empfohlen			
Vergabe von Leistungspunkten: Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Klausur vergeben.			
Umfang und Dauer der Prüfung: Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.			
Stellenwert der Note für die Endnote: 5/90 (5,56 %) für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 (4,17 %) für 4-semesterige Studiengänge			
Häufigkeit des Angebotes: Jährlich (im Wintersemester)			
Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Florian Mohr			
Literatur:			

- Becker, J.; Kugeler, M.; Rosemann, M. (Hrsg.): Prozessmanagement – Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung. 7. Aufl., Springer-Verlag, Berlin Heidelberg 2012.
- Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management – Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis. 6. Aufl., Vieweg+Teubner | GWV Fachverlage, Wiesbaden 2010.
- Scheer, A.-W.: ARIS – Vom Geschäftsprozeß zum Anwendungssystem. 3. Aufl., Springer-Verlag, Berlin Heidelberg 1998.
- Scheer, A.-W.: ARIS – Modellierungsmethoden, Metamodelle, Anwendungen. 3. Aufl., Springer-Verlag, Berlin Heidelberg 1998.
- Seidlmeier, Heinrich: Prozessmodellierung mit ARIS® – Eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis. 3. Aufl., Vieweg Verlag, Braunschweig Wiesbaden 2010.

4.5 Unternehmensführung

Unternehmensführung			5 ECTS
Modulkürzel: UNTFUEH	Workload (Arbeitsaufwand): 150 Stunden	Dauer: 1 Semester	
Lehr-/Lernformen: Vorlesung	Präsenzzeit: 4 SWS/ 45 h	Selbststudium: 105 h	Geplante Gruppengröße: 10 Studierende
Verwendbarkeit des Moduls: Als Pflichtmodul: BAE Als Wahlpflichtmodul: siehe Wahlpflichtmodulkatalog (Homepage unter „Infos aktuelles Semester“)			
Lernergebnisse/Kompetenzen: Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse zu ausgewählten theoretischen Grundlagen, Modellen und anwendungsbezogenen Instrumenten der Unternehmens- und Personalführung. Sie erkennen das Zusammenwirken dieser Ansätze bei der Bewältigung von Führungsaufgaben. Hierauf aufbauend können sie ihr eigenes Management- und Führungsverhalten situationsadäquat reflektieren und im Kontext der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen bzw. Organisationen gestalten.			
Inhalte: • Theoretische Grundlagen der Unternehmens- und Personalführung • Perspektiven aus Organisationstheorie und Leadership-Forschung • Normative, strategische und operative Managementkonzepte im Kontext eines integrierten Managements • Führungsstile und -instrumente			
Empfehlung für die Teilnahme: Grundlegende betriebswirtschaftliche und managementtheoretische Kenntnisse			

<u>Vergabe von Leistungspunkten:</u> Note und Leistungspunkte werden auf der Grundlage einer Klausur vergeben.
<u>Umfang und Dauer der Prüfung:</u> Allgemeine Regelungen zu Art und Umfang sowie zur Durchführung und Bewertung von Studien- und Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs definiert. Die Art des Leistungsnachweises sowie genaue Hinweise und Details werden zu Beginn des Semesters durch den jeweiligen Dozenten bekanntgegeben.
<u>Stellenwert der Note für die Endnote/Gewichtung:</u> 5/90 (5,56 %) für 3-semesterige Studiengänge; 5/120 (4,17 %) für 4-semesterige Studiengänge
<u>Häufigkeit des Angebotes:</u> Jährlich (im Wintersemester)
<u>Modulverantwortliche/r:</u> NN
<u>Literatur:</u> • Abegglen, C.; Bleicher, K. (2021): Das Konzept Integriertes Management. Frankfurt: Campus-Verlag. • Hersey, P.; Blanchard, K. H. (1982). Management of organizational behavior: Utilizing human resources. Revised edition. Englewood Cliffs: Prentice Hall. • Müller, H.; Wrobel, M. (2021): Unternehmensführung: Strategie – Management – Praxis. München: De Gruyter Oldenbourg. • Welge, M.K.; Al-Laham, A.; Eulerich, M. (2024): Strategisches Management. Grundlagen - Prozess - Implementierung. Wiesbaden: Springer Gabler.

Weitere Module mit freier Wahl sind u.a.:

- Corporate Responsibility
- BWL und Nachhaltigkeit in Englisch
- Arbeitsrecht für Führungskräfte und Nachhaltiges Personalmanagement