

Kursnummer: DLPMUE01	Kursname: Personalmarketing und -entwicklung	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: WS, SS Course Duration: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels in Deutschland steigt die Bedeutung des Personalmarketings und der Personalentwicklung in Unternehmen. Nur diejenigen Organisationen, denen es gelingt, sich den Zugang zu qualifizierten Mitarbeitern am externen Arbeitsmarkt mit Instrumenten des Personalmarketings und des Employer Brandings zu sichern oder aber eigene Mitarbeiter weiterzuentwickeln und höher zu qualifizieren, werden langfristig erfolgreich sein können. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur Umsetzung des Personalmarketings und der Personalentwicklung zu vermitteln.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Kurses</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Studierenden die Bereiche Personalmarketing und -entwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einordnen. • kennen die Studierenden die Ziele, Methoden und Instrumente des Personalmarketings und der Personalentwicklung. • verstehen die Studierenden die aktuellen Besonderheiten und den Wandel des Personalmarketings und der Personalentwicklung. • haben die Studierenden alternative Möglichkeiten der Organisation des Personalmarketings und der Personalentwicklung kennengelernt. • wissen die Studierenden um die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Personalmarketing und Personalentwicklung. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>1. Grundlagen des Personalmarketings</p> <p>1.1 Wandel des Personalmarketings & demografischer Wandel</p> <p>1.2 Begriffsdefinition & Gegenstand des Personalmarketings</p> <p>2. Employer Branding</p> <p>2.1 Entwicklung einer Arbeitgebermarke</p> <p>2.2 Arbeitgeber-Rankings und Generation Y</p>		

3. Externes Personalmarketing

3.1 Personalbeschaffung und -auswahl

3.2 Personalmarketing in sozialen Netzwerken & Recruiting 2.0

3.3 Messen, Events Hochschulmarketing

4. Internes Personalmarketing

4.1 Mitarbeiterbindung

4.2 Nachfolgemanagement

4.3 Anreiz- und Vergütungsmodelle

4.4 Work-Life-Balance

5. Organisation und Erfolgsmessung des Personalmarketings

5.1 Organisationsmodelle für das Personalmarketing

5.2 Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung

6. Grundlagen der Personalentwicklung

6.1 Begriffsdefinition und Gegenstand der Personalentwicklung

6.2 Rechtliche Rahmenbedingungen der Personalentwicklung

6.3 Wandel der Personalentwicklung

7. Anforderungsprofile und Kompetenzmodelle

7.1 Anforderungsprofile und Stellenbeschreibungen

7.2 Kompetenzmodelle

7.3 Erhebung von Entwicklungsbedarfen

8. Methoden und Instrumente der Personalentwicklung

8.1 Bildung

8.2 E-Learning und Web Based Trainings

8.3 Mitarbeitergespräche und Feedbacks

8.4 Wissensmanagement

9. Führungskräfteentwicklung

9.1 Talent Management und Karrierepfade

9.2 360-Grad-Feedbacks

9.3 Coaching und Mentoring

9.4 Auslandsentsendungen

10. Organisation und Erfolgsmessung der Personalentwicklung

10.1 Die Rolle des Personalentwicklers

10.2 Organisationsmodelle für die Personalentwicklung

10.3 Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung

Literatur:

- Beck, C. (Hrsg.) (2012): Personalmarketing 2.0. Vom Employer Branding zum Recruiting. 2. Auflage, Luchterhand, Köln. ISBN-13: 978-3472083429.
- Becker, M. (2013): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791032436.
- Berthel, J./Becker, F. G. (2010): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791029092.
- Bröckermann, R./Pepels, W. (Hrsg.) (2002): Personalmarketing. Akquisition – Bindung – Freistellung. Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791020419.
- Bröckermann, R./Müller-Vorbrüggen, M. (Hrsg.) (2010): Handbuch Personalentwicklung. Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ISBN-13: 978-3791029290.
- Jung, H. (2011): Personalwirtschaft. 9. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486596656.
- Oechsler, W. A. (2011): Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resources Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen. 9. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486596700.
- Olfert, K. (2010): Personalwirtschaft. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen. ISBN-13: 978-3470543840.
- Trost, A. (Hrsg.) (2009): Employer Branding. Arbeiter positionieren und präsentieren. Luchterhand, Köln. ISBN-13: 978-3472074854.

Prüfungszugangsvoraussetzung:

- Kursabhängig: Begleitende Online-Lernkontrolle (max. 15 Minuten je Lektion, bestanden / nicht bestanden)
- Kursevaluation

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 90
Selbstüberprüfung (in Std.): 30
Tutorien (in Std.): 30

Durch die weitere Nutzung der Seite stimmst du der Verwendung von Cookies zu.