

Modulbezeichnung:	Personalmarketing und -entwicklung	
Modulnummer: DLPMUE	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">• Personalmarketing und -entwicklung (DLPMUE01)		Workload: Selbststudium: 90h Selbstüberprüfung: 30h Tutorien: 30h
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Regina Frey Cordes
Bezüge zu anderen Programmen: <ul style="list-style-type: none">• Bachelor Finanzmanagement• Bachelor Personalmanagement• Bachelor Marketing• Bachelor Wirtschaftsrecht• Bachelor Betriebswirtschaftslehre• Bachelor Gesundheitsmanagement		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none">• Personalwesen• Human Resource Management• Seminar Personalmanagement
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls <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.		
Lehrinhalt des Moduls:		

- Grundlagen des Personalmarketings
- Employer Branding
- Externes Personalmarketing
- Internes Personalmarketing
- Organisation und Erfolgsmessung des Personalmarketings
- Grundlagen der Personalentwicklung
- Anforderungsprofile und Kompetenzmodelle
- Methoden und Instrumente der Personalentwicklung
- Führungskräfteentwicklung
- Organisation und Erfolgsmessung der Personalentwicklung

Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	Klausur 90 Min. (100%)

Kursnummer: DLPMUE01	Kursname: Personalmarketing und -entwicklung	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: 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 1.2 Begriffsdefinition & Gegenstand des Personalmarketings</p> <p>2. Employer Branding</p> <p>2.1 Entwicklung einer Arbeitgebermarke 2.2 Arbeitgeber-Rankings und Generation Y</p> <p>3. Externes Personalmarketing</p> <p>3.1 Personalbeschaffung und -auswahl 3.2 Personalmarketing in sozialen Netzwerken & Recruiting 2.0</p>		

3.3 Messen, Events Hochschulmarketing

4. Internes Personalmarketing

4.1 Mitarbeiterbindung

4.2 Nachfolgemangement

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.

Prüfungsleistung:

Klausur, 90 Min.

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

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