

Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing (W3M10924)

Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10924	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Wissen in den Bereichen Recruiting, Employer Branding und Social Media Sourcing erworben. Sie besitzen einen Überblick zu zentralen Methoden und Instrumenten in diesen Kernbereichen des Personalmanagements. Sie kennen verschiedene Sichtweisen in diesen Personalthemen sowie auch Sachverhalte, die in der einschlägigen Theorie strittig behandelt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die relevanten Instrumente anzuwenden und können deren Ergebnisse auch kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Sachverhalte zu den behandelten Themenfeldern sowohl mit Expert*innen als auch mit Laien angepasst und verständlich zu diskutieren und zu erörtern sowie auf unzureichend umgesetzte Prozesse in den Themenfeldern in der Personalpraxis hinzuweisen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Employer Branding und Recruiting integriert in die Unternehmensstrategie in der Praxis umzusetzen. Dabei sind die Studierenden befähigt, dies auf der Grundlage einer umfassenden Kenntnis relevanter Stellgrößen und möglicher Problemaspekte durchzuführen. Sie können weitgehend selbstgesteuert anwendungsorientierte Projekte zum Recruiting und Employer Branding durchführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Personalplanung als Teil der Unternehmensplanung
- Personalmarketing: Grundhaltung und zentrale Funktionen
- Instrumentelles Arbeitsplatzmarketing: Arbeitsmarktforschung, Imageforschung und -entwicklung, Angebots- und Entgeltspolitik als Attraktivitätstreiber etc.
- Employer Branding: zentrale Funktionen, Gesamtprozess, Ziele und Erfolgskontrolle
- Gesamtprozess der Personalauswahl
- Digitale Recruiting Strategien (Karriere-Websites, Jobportale, Mobile Recruiting)
- Die Rolle von sozialen Netzwerken im Recruiting-Prozess
- Plattformen für Social Media Sourcing
- Technologien und Tools im digitalen Recruiting
- Content-Marketing und Storytelling im Recruiting
- Gamification und E-Sports im Recruiting-Prozess
- Messung und Analyse im digitalen Recruiting

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Beck, Christoph; Personalmarketing 2.0: Vom Employer Branding zum Recruiting, 2., neu bearb. und erw. Aufl. Köln, 2012
Bratton, John.; Gold, Jeff.; Human Resource Management: Theory and Practice, Basingstoke, 2017
Lindner-Lohmann, Doris.; Lohmann, Florian; Schirmer, Uwe.; Personalmanagement, 4. Auflage, Heidelberg, 2023
Petkovic, Mladen; Employer Branding, 2. aktualisierte Aufl., München, 2008
Wolf, Gunther; Mitarbeiterbindung - mit Arbeitshilfen Online: Strategie und Umsetzung im Unternehmen, Freiburg, 2020
Gärtner, Christian; Smart HRM. Digitale Tools für die Personalarbeit, 2. Auflage, Wiesbaden, 2024
Petry, Thorsten; Jäger, Wolfgang (Hrsg.); Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Freiburg, München, Stuttgart, 2021