

Zertifikatsstudiengang

Personalmanagement

im Sozial- und Gesundheitswesen

Modulhandbuch

Zertifikatsstudiengang
Personalmanagement

Modulhandbuch

Impressum
Fachhochschule der Diakonie
Bethelweg 8
33617 Bielefeld
www.fh-diakonie.de

Verantwortlich:
Prof. Dr. Markus Schmidt
Rektor

Prof. Dr. Jörg Martens

Stand: Februar 2026

© Fachhochschule der Diakonie 2026

Präambel

Die Auswirkungen des demografischen Wandels mit weniger jungen Menschen, die in den Arbeitsmarkt eintreten, einer immer vielfältiger werdenden Bevölkerung und einer verlängerten Lebensarbeitszeit bringt für Unternehmen und Organisationen im Sozial- und Gesundheitswesen erhebliche Anforderungen im Bereich des Personalmanagements mit sich. Weitere Anforderungen sind in der Digitalisierung der Arbeitswelt und den veränderten Anforderungen an Beschäftigte zu erkennen. Diese Veränderungen sind schon jetzt spürbar und verändern die Rahmenbedingungen am Arbeitsmarkt rasant. Folglich zwingen die Aufgaben der Gewinnung, Qualifizierung, Einsatz, Entwicklung, Bindung und Gesunderhaltung der knapper werdenden „Ressource Mitarbeitende“ zu neuen Schwerpunkten im strategischen und operativen Personalmanagement.

Dieser berufsbegleitende *Zertifikatsstudiengang Personalmanagement* nimmt die genannten Entwicklungen auf. Er spricht sowohl Spezialisten/-innen in Personalabteilungen oder Stabsabteilungen für Personalentwicklung an als auch Führungskräfte auf allen Ebenen, die einen Schwerpunkt ihrer Arbeit auf die Personalgewinnung, das Kompetenzmanagement und die Personalentwicklung legen.

Die Organisationsform dieses Zertifikats-Studiengangs – überwiegend in Präsenzblöcken und unterstütztem Selbststudium – ermöglicht ein Studium neben der Berufstätigkeit. Viele Studieninhalte beziehen sich direkt auf die strategische und operative Personalarbeit im „eigenen“ Unternehmen, so dass sich inhaltlich wie zeitlich Aufgaben im Studium und Aufgaben im Beruf verbinden lassen.

Durch qualifiziertes Wissen ergeben sich derzeit für Personalmanager und Personalmanagerinnen in Unternehmen der Sozial- und Gesundheitswirtschaft angesichts des wirksamen Fach- und Führungskräftebedarfs interessante und spannende Tätigkeitsfelder. Sie nehmen in der Regel eine Schlüsselposition in Unternehmen ein, da sich der Arbeitsmarkt insbesondere in der sozialen Dienstleistungsbranche in den letzten Jahren stark verändert hat. Die hohe Nachfrage nach professionellen Personalmanagern steht derzeit einem geringen Angebot gegenüber, das sich zuletzt im "War of Talents" widerspiegelt und den Beruf als Personalmanager umso wichtiger gestaltet.

Die Lehre und Forschung an der Fachhochschule der Diakonie haben ihren Schwerpunkt im Feld des **Sozial- und Gesundheitswesens**. Durch die Auswahl der Lehrenden, der Inhalte und der konkreten Praxisfälle, Fallstudien und Transferübungen bewegt sich der

berufsbegleitende *Zertifikatsstudiengang Personalmanagement* in diesem Feld. Die vermittelten Kompetenzen qualifizieren jedoch auch für eine Beratungstätigkeit in anderen Feldern, wie z. B. der öffentlichen Verwaltung oder der Privatwirtschaft.

Übersicht und Ablaufplan

Sem	Modul	Modul	Prüfung	CP	Gesamt-CP
1	MB03	Modul1: Grundlagen der Organisations- und Personalentwicklung	Posterpräsentation (15 M.), Referat (15 M.) oder Hausarbeit	10	
1	WM	Wahlmodul 1: z.B. Talentmanagement	Referat (15 M.) oder Hausarbeit	5	
		Ende des ersten Semesters			15 CP
2	MM 08	Modul 2: Leadership und Personalführung	Hausarbeit oder Referat (15 M.)	05	15
	MM09	Modul 3: Management- in Diakonie und in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft	Hausarbeit oder Referat (15 M.)	05	
	WM	Wahlmodul 2: z.B Strategische Personalentwicklung	Hausarbeit oder Referat (15 M.)	05	
		Ende des zweiten Semesters			30 CP
3	MM10	Modul 4: BWL für Organisation und Personal	Klausur (90 M.)	05	
3	MM12	Modul5: Arbeits- und Unternehmensrecht	Fallbearbeitung / Klausur (90 M.)	08	
	MM 06	Modul6: Transferprojekt Personalmanagement	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht.	05	
3	MM Z14	Abschlussarbeit (Konzeption eines Personalthemas im Praxistransfer)	Hausarbeit	10	
3	MMZ14	Kolloquium	Mündliches Kolloquium (30 M.)	2	
		Ende des Zertifikats-Studiums im 3. Semester	Ende des Zertifikats-Studiums im 3. Semester		60 CP
		Anschluss an Master-Studiengang Organisationsentwicklung	Ziel: Master-Abschluss mit 120 ECTS		

Modulbeschreibungen

Modul: MBZ 01	Modultitel: Grundlagen der Organisations- und Personalentwicklung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Tim Hagemann /Prof. Dr. Jörg Martens		
Qualifikationsstufe: Zertifikat	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 10 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt: 250 Stunden	davon Kontaktzeit: 48 h (6 Tage)
		davon E-Learning: 12 h
		davon Lerngruppe: 30 h
		davon Praxis: 20 h
	Lernort: Hochschule	davon Selbststudium: 114 h
		davon Portfolio-Arbeit: 1 h
Dauer und Häufigkeit: 1 x jährlich	Teilnahmevoraussetzungen:	Sprache: deutsch
Kurzbeschreibung des Moduls	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen die Grundlagen des Organisationsaufbaus und der Organisationsstrukturen kennen und können diese anwenden, • verstehen den instrumentalen Organisationsbegriff als einen Organisations- und Handlungsrahmen, der eine arbeitsteilige Erfüllung der Arbeitsaufgaben regelt, • kennen die Prinzipien der Funktionsanalyse und -gestaltung zur Festlegung von vertikal und horizontal gegliederten Kompetenzen, Befugnissen und Verantwortlichkeiten, • verstehen Organisationen als soziale Systeme und kennen die Bedeutung und Auswirkung von Organisationskultur für die Existenz von Organisationen und ihren Rollenträgern, • können Spezifika von Organisationen des Not-for-Profit-Bereiches beschreiben. • lernen die Grundlagen des Personalmanagements für Organisationen 	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung mit seminaristischen und Übungsanteilen	
Lernformen:	Informationstransfer über Studienbriefe und Reader; Recherche in Datenbanken; Entwicklung von Konzepten und deren kritische Beurteilung in Lerngruppen; Ausarbeitung von Fachthemen in Referaten sowie Präsentation von selbst bzw. in der Lerngruppe entwickelten Konzepten	
Verwendbarkeit des Moduls	für Master-Studiengang Personalmanagement	
(Grundlagen-)	-Heyse, V.; Erpenbeck, J. (2007): Kompetenzmanagement. Stuttgart	

Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> -Heyse, V., Erpenbeck, J. (2009): Kompetenztraining. 2. Aufl., Stuttgart -Hinterhuber, H. H./Krauthammer, E. (2005): Leadership – mehr als Management. Was Führungskräfte nicht delegieren dürfen. 4. Auflage, Frankfurt. -Wittwer, W. (2003): Informelles Lernen und Weiterbildung. Neuwied -Lang-von Wins, Th. / Triebel, C.; Karriereberatung (2012), 2.Aufl.2012. Springer-Verlag -Becker, M. (2009): Personalentwicklung, 5. Auflage, Stuttgart • Vahs, D. (2010). Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch von Dietmar Vahs. Stuttgart: Schäfer/Poeschl.
-------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Modul: WM	Wahlmodul: Talent-Management		
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jörg Martens und Frank Behrens			
Qualifikationsstufe:	Zertifikat	Studienhalbjahr: 1	Modulart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 5 ECTS		Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 32 h (4 Tage)
			davon E-Learning: 12 h
			davon Lerngruppe: 0 h
			davon Praxis: 6 h
		Lernort: Hochschule / Betrieb	davon Selbststudium: 75 h
			davon Portfolio-Arbeit: 0 h
Dauer und Häufigkeit: 1 x jährlich	Teilnahmevoraussetzungen:		Sprache: deutsch

	<p>Kurzbeschreibung des Moduls</p> <p>Der demographische Wandel in Deutschland und die damit verbundenen Veränderungen am Arbeitsmarkt zwingen Unternehmen aktuell dazu, Talente zu finden, zu fördern, weiterzuentwickeln und zu binden. Das Personalmanagement ist folglich mit der kontinuierlichen Aufgabe konfrontiert, sowohl das Talentmanagement als auch die damit eng verbundene Personalentwicklung so zeitgemäß und effizient wie möglich zu gestalten. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur Umsetzung von Talentmanagement- und Personalentwicklungsaktivitäten zu vermitteln</p>
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> •können die Studierenden die Bereiche Talentmanagement und Personalentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einordnen. •kennen die Studierenden die ethischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von Talentmanagement und Personalentwicklung. •kennen die Studierenden die Ziele, Methoden und Instrumente von Talentmanagement und Personalentwicklung. •verstehen die Studierenden die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Talentmanagement und Personalentwicklung. •haben die Studierenden alternative Möglichkeiten der Organisation von Talentmanagement und Personalentwicklung kennengelernt.

	<ul style="list-style-type: none"> •wissen die Studierenden um die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Talentmanagement und Personalentwicklung. •wissen die Studierenden um die Besonderheiten des internationalen Talentmanagements und der internationalen Personalentwicklung. •kennen die Studierenden aktuelle Anwendungsbeispiele und Best Practice von Talentmanagement und Personalentwicklung.
Inhalte des Moduls / beispielhafte Themen:	<p>1 Grundlagen von Talentmanagement und Personalentwicklung: 1.1 Begriffe und Definitionen, 1.2 Rechtliche Grundlagen, 1.4 Rechtliche, wirtschaftliche und ethische Rahmenbedingungen von Talent Management und Personalentwicklung</p> <p>2 Kompetenz- und Performance-Management: 2.1 Kompetenz- und Skillmanagement, 2.2 Performance und Potential, 2.3 Kompetenzmodelle und Anforderungsprofile</p> <p>3 E-Learning & Blended Learning: 3.1 Besonderheiten und Rahmenbedingungen, 3.2 Planung, Ausgestaltung und Kontrolle, 3.3 Neue Lernformen und arbeitsplatzbezogenes Mikro-Lernen</p> <p>4 Management Development: 4.1 Leadership Development, 4.2 360 Grad Feedbacks, 4.3 Coaching, Empowerment und Mentoring</p> <p>5 Talent Relationship Management: 5.1 Arbeitsgebersversprechen, 5.2 Zielgruppendefinition, 5.3 Suchstrategien und Kandidatenbindung</p>
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristischer Unterricht und kollaboratives Lernen in <i>Gruppen</i>
Lernformen:	Informationstransfer über Studienbriefe; aktive Recherche in Datenbanken; Entwicklung von Konzepten und deren kritische Beurteilung in Lerngruppen; Ausarbeitung von Fachthemen in Referaten sowie Präsentation von selbst bzw. in der Lerngruppe entwickelten Konzepten
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Entwicklung und schriftliche Darstellung sowie Begründung eines Konzeptes des zielgruppenbezogenen Personalmarketings oder eines modellhaften Konzeptes zur betrieblichen Führungskräfteentwicklung.
(Grundlagen-) Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Becker, M. (2013): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. • Bröckermann, R./Pepels, W. (Hrsg.) (2002): Personalmarketing. Akquisition – Bindung – Freistellung. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

- Bröckermann, R./Müller-Vorbrüggen, M. (Hrsg.) (2010): Handbuch Personalentwicklung. Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Dessler, G. (2013): Human Resource Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Boston et al.
- Grote, S./Kauffeld, S./Frieling, E. (Hrsg.) (2012): Kompetenzmanagement. Grundlagen und Praxisbeispiele. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Kröger, H./Reisky, A. (2004): Blended learning. Erfolgsfaktor Wissen. Bertelsmann, Bielefeld.
- Meifert, M. T. (Hrsg.) (2010): Strategische Personalentwicklung. Ein Programm in acht Etappen. 2. Auflage, Wiesbaden
- Ritz, A./Thom, N. (Hrsg.) (2011): Talent Management. Talente identifizieren, Kompetenzen entwickeln, Leistungsträger erhalten. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Trost, A. (2012): Talent Relationship Management. Personalgewinnung in Zeiten des Fachkräftemangels. Springer, Berlin/Heidelberg. ISBN-13: 978-3642170775.
- Trost, A./Jenewein, T. (Hrsg.) (2011): Personalentwicklung 2.0. Lernen, Wissensaustausch und Talentförderung der nächsten Generation. Luchterhand, München.

Modul 02	Modultitel: Leadership und Personalführung		
Modulverantwortlicher: Prof. Personalmanagement			
Qualifikationsstufe: Zertifikat	Studienhalbjahr:	Modular: Pflichtmodul	
Leistungspunkte (Credits): 5 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 23 h (4 Tage)	
		davon E-Learning: 22 h	
		davon Lerngruppe: 0 h	
		davon Praxis: 0h	
	Lernort: Hochschule	davon Selbststudium: 105 h	
		davon Portfolio-Arbeit: 0h	
Dauer und Häufigkeit: 1 x jährlich	Teilnahmevoraussetzungen:	Sprache: deutsch	
Kurzbeschreibung des Moduls	Personal ist zu einem wesentlichen strategischen Erfolgsfaktor aller Unternehmen geworden. Der Studienschwerpunkt strategisches Personalmanagement erfordert eine Vertiefung der betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in diesem für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens entscheidenden Bereich. In diesem Kurs werden Herausforderungen des modernen Leadership-Verständnisses in den Bereichen Personalstrategie, Personalplanung, Personalanpassung, Personalbeurteilung, sowie Personalentwicklung bezogen auf Unternehmen des Sozial- und Gesundheitswesens - vermittelt und auf ihre Wirksamkeit befragt.		

Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung und die unterschiedlichen Aspekte des strateg. PM für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen verstehen und Grundzüge eines strateg. PM entwickeln; - kennen wichtige Wege und Methoden des Personalrecruiting einschl. des Einsatzes von <i>social media</i> und können daraus Empfehlungen für eine unternehmensadäquate Personalstrategie entwickeln; - kennen feldspezifische Methoden der Personalbedarfsplanung, können sie kritisch bewerten und können geeignete Methoden anwenden - kennen den Zusammenhang zwischen OE und PE und können vorgeschlagene Methoden kritisch beurteilen bzw. Empfehlungen für geeignete Methoden abgeben. - können Studierende die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings erklären. - verstehen Studierende Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung
Inhalte des Moduls / beispielhafte Themen:	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Personalbedarfsplanung, grundsätzlich und bezogen auf die Arbeitsfelder des Sozial- und Gesundheitswesens (und ihre kritische Bewertung), • Bedeutung und Methoden der Entwicklung einer Unternehmensstrategie zur Personalgewinnung, -entwicklung und –bindung (strateg. Personalmarketing) • Methoden der Steuerung des Personaleinsatzes • strateg. Personalcontrolling • Zusammenhang (und die Schnittstellen) zwischen Organisationsentwicklung (OE) und Personalentwicklung (PE).
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung mit seminaristischen und Übungsanteilen
Lernformen:	Informationstransfer über Studienbriefe und Reader; betriebliche Recherchen, ihre Dokumentation in Einzelarbeit, sodann kritische Verarbeitung der Informationen in Lerngruppen; exemplarische Anwendung von Methoden u. Instrumenten im Betrieb bzw. in den Lerngruppen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungs-punkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Schriftliche Auswertung der Lerngruppenarbeit (Gruppenleistung) + exemplarische Entwicklung eines Teilespektes des strateg. PMs für ein konkretes Unternehmen (Einzelleistung); Note ergibt sich aus der Kombination beider Leistungen (1:2)
Verwendbarkeit des Moduls	für Master-Studiengang OE Personalmanagement
(Grundlagen-) Literatur:	-Bea, F. X./Haas, J. (2009): Strategisches Management. 5. Auflage, UTB, Stuttgart

	<p>-Berthel, J./Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart</p> <p>-Holtbrügge, D. (2015): Personalmanagement. 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin/Heidelberg.</p> <p>-Kanning, U. P. (2017): Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Springer, Berlin/Heidelberg</p> <p>-Stock-Homburg, R. (Hrsg.) (2013): Handbuch Strategisches Personalmanagement. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>-Trost, A. (2010): Employer Branding. Arbeitgeber positionieren und präsentieren. Luchterhand, München</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Modul 3	Modultitel: Management in der Diakonie und in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Rüdiger Noelle, Prof. Dr. Jörg Martens, LB Johannes Schildmann		
Qualifikationsstufe: Zertifikat	Studienhalbjahr:	Modulart: Pflichtmodul
Leistungspunkte (Credits): 5 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 32 h (4 Tage) davon E-Learning: 12 h davon Lerngruppe: 0 h davon Praxis: 0 h
	Lernort: Hochschule	davon Selbststudium: 93 h davon Portfolio-Arbeit: 0 h
Dauer und Häufigkeit: 1 x jährlich	Teilnahmevoraussetzungen:	Sprache: deutsch
Kurzbeschreibung des Moduls	Operatives Führen beinhaltet die Führung der einzelnen Geschäfts-, Steuerungs- und Unterstützungsprozesse mit Hilfe von Konzepten, Prozessen und Führungskenngrößen. In diesem Modul werden die Unterschiede von Normativem, Strategischem und Operativem Management bearbeitet und ein Überblick über Management-Theorien gegeben. Beispielhaft werden Modelle wie „Management by Objectives“, Projektmanagement, Balanced Scorecard, St.Galler Management-Modell und Mitunternehmertum vorgestellt. Daneben geht es um eine Einführung ins Thema Sozialmarketing.	
Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <p><input type="checkbox"/> kennen die Abgrenzung zwischen strategischer und operativer Führung und die zukunftsrelevanten Kernaufgaben operativer Führung</p> <p><input type="checkbox"/> kennen wissenschaftlich abgesicherte und praxiserprobte Methoden und Verfahren und können diese im operativen Führungshandeln einsetzen</p> <p><input type="checkbox"/> haben einen Überblick über verschiedene Management-Theorien, kennen die zentralen Begriffskategorien: Umweltsphären, Anspruchsgruppen, Interaktionsthemen, Ordnungsmomente, Prozesse, Entwicklungsmodi und können sie mit praktischem Führungs- und Steuerungshandeln in Verbindung bringen</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> verstehen Sozialmarketing als Prozess, bestehend aus Marktforschung, strategischer Angebotsentwicklung und der Anwendung operativer Marketinginstrumente, insbesondere Öffentlichkeitsarbeit und Werbung im Bereich der Marketingkommunikation <input type="checkbox"/> können unterschiedliche Managementansätze und -instrumente auf ihre Implikationen und Konsequenzen hin bewerten, auch unter ethischen Gesichtspunkten
Inhalte des Moduls / beispielhafte Themen:	<p>Definitionen und Aufgabenbereiche von strategischer und operativer Führung</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Organisationstheorien <input type="checkbox"/> Begriffe der aktuellen Managementliteratur <input type="checkbox"/> Einführung in und Überblick über Management-Theorien <input type="checkbox"/> Vertiefung an Beispielen, etwa Führen durch Zielvereinbarungen (MbO), Balanced Scorecard (BSC), Business Reengineering, KVP, St. Galler Management-Modell, Mitunternehmertum <input type="checkbox"/> Organisatorische Instrumente der operativen Führung, z. B. Arbeitsablauforganisation, Changemanagement, Kontraktmanagement, Projektmanagement, Dokumentation, Prozessmanagement <input type="checkbox"/> Marketing als Instrument in der operativen Führung, z. B. Bedarfsanalysen, (Umfeldbedingungen und Markt), Angebotsentwicklung, Dienstleistungserbringung und Kundenorientierung
Art der Lehrveranstaltung(en):	Seminaristische Lehrveranstaltung mit zahlreichen Übungsanteilen (in unterschiedlichen Rollen)
Lernformen:	Seminar; Recherche und Lektüre; Entwicklung von Instrumenten (allein und Lerngruppe), Erprobung und Auswertung in der Praxis
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungs-punkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Hausarbeit benotet.
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Schubert, H. (2005): Sozialmanagement. Zwischen Wirtschaftlichkeit und fachlichen Zielen, Wiesbaden</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Lievgoed, B., Glasl, F. (1996): Entwicklungsphasen eines Unternehmens, Bern <input type="checkbox"/> Rüegg-Sturm (2003): Das neue St. Galler Management-Modell, Bern <input type="checkbox"/> Textsammlung zum Operativen Führen <input type="checkbox"/> Bruhn, M. (2005): Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Stuttgart

Management in Diakonie und im Sozial- und Gesundheitswesen						
Modul 4		Workload 125 h	Credits 5	Studien- semester 2.	Häufigkeit des Angebots Jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen LV mit seminaristischen Anteilen u. E-Learning	Kontaktzeit 36 h	Selbststudium 59 h	E-Learning 20 h	Lerngruppe 10 h	geplante Gruppengröße 15-20 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden wenden Elemente des strategischen Dienstleistungsmanagements, Wirkungsanalyse und Qualität von personenbezogenen sozialen Dienstleistungsangeboten in ihren Arbeitsfeldern exemplarisch an.</p> <p>Sie werden dazu befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dienstleistungsprozesse zu analysieren und nach Wirksamkeit zu bewerten. • Servicekonzepte nach dem „Blueprinting-Verfahren“ zu visualisieren • Konzepte des „Service-Engineerings“ und „Service-Designs“ anzuwenden • Die Methode des „Social Franchisings“ zu verstehen und anzuwenden • Analyse und Gestaltung (diakonischer) Unternehmenskultur vorzunehmen • Wettbewerbsstrategien für Unternehmen der Sozialwirtschaft zu analysieren und zu entwickeln 					
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Dienstleistungs-Management im Sozial- und Gesundheitswesen • Service Design und Service-Engineering zur Gestaltung von Dienstleistungen • Analyse von Serviceprozessen • Vertiefung: Social business, Social Entrepreneurship, Social Franchising (vgl. MM09) • Wirkungsanalyse-Social Impact von sozialen Geschäftsmodellen 					
4	<p>Lehrformen</p> <p>Vorlesungen, seminaristischer Unterricht, Lerngruppen, Studienbriefe, Offline-Lernaufgaben, Offline-Tests, Zwischenaufgabe</p>					
5	<p>Prüfungsformen: Klausur, Referat oder Hausarbeit(benötet).</p>					
6	<p>(Grundlagen-)Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haller, S., (2012) Dienstleistungsmanagement, Springer Fachmedien Wiesbaden • Meffert, H. / Bruhn, M. (2008) Dienstleistungsmarketing, 8. Auflage, Wiesbaden, Gabler-Verlag • Fleisch, H. (2008). Social Franchising – Eine Methode zur systematischen Vervielfältigung gemeinnütziger Projekte. Berlin: Bundesverband Deutscher Stiftungen. • Fließ, S. (2001): Die Steuerung von Kundenintegrationsprozessen. Effizienz in Dienstleistungsunternehmen, Wiesbaden , Gabler-Verlag • Wendt, W.R. (2011) Sozialwirtschaftliche Leistungen: Versorgungsgestaltung und Produktivität, Augsburg 					

	<ul style="list-style-type: none"> Bleicher & Abegglen (2017): <i>Das Konzept Integriertes Management. Visionen – Missionen – Programme.</i> 9., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Frankfurt/New York 2017
7	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Professur Sozialmanagement;

Modul: WM 11	Wahlmodul: Strategische Personalentwicklung	
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jörg Martens		
Qualifikationsstufe: Master	Studienhalbjahr: 2	Modularart: Wahlmodul
Leistungspunkte (Credits): 5 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 32 h (4 Tage)
		davon E-Learning: 12 h
		davon Lerngruppe: 0 h
		davon Praxis: 6 h
	Lernort: Hochschule	davon Selbststudium: 75h
		davon Portfolio-Arbeit: 0 h
Dauer und Häufigkeit: 1 x jährlich	Teilnahmevoraussetzungen:	Sprache: deutsch
Kurzbeschreibung des Moduls	In diesem Modul werden die Grundlagen von strategischer Personalentwicklung vermittelt und die Bedeutung der konkreten Aufgabenbereiche des Personalmanagements verdeutlicht. Das Modul baut auf dem Modul MB03 auf und vertieft die Grundlagen, Ziele, Methoden, Instrumente, Organisation und Erfolgsmessung von Personalentwicklung.	
Inhalte des Moduls / beispielhafte Themen:	Grundlagen von Personalentwicklung Kompetenz- und Performance-Management E-Learning & Blended Learning Management-Development Talent-Relationship-Management Organisatorische Implementierung von Talent Management und Personalentwicklung Erfolgskontrolle von Talent Management und Personalentwicklung Besonderheiten von internationalem Talent Management und internationaler Personalentwicklung Anwendungsbeispiele und Best Practice zu Talent Management und Personalentwicklung	
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung mit seminaristischen Übungen; internetbasierte Lerneinheiten zu Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens; (elektronischer) Studienbrief; Austausch und Diskussion über Foren (Lernplattform)	
Lernformen:	Vorlesung, Seminar, Lerngruppen; Einzelarbeit	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	Hausarbeit und/oder Präsentation	

(Grundlagen-) Literatur:	<p>Becker, M.: Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis, 6. Aufl., Stuttgart 2013.</p> <p>Berger, L.A. / Berger, D.A. (2010): The Talent Management Handbook, 2. Ed., New York u.a. 2010.</p> <p>Bröckermann, R./Pepels, W.: Personalmarketing: Effektive Akquisition, konsequente Bindung, akzeptierte Freistellung, Stuttgart 2012.</p> <p>Bröckermann, R./Müller-Vorbrüggen, M.: Handbuch Personalentwicklung: die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung, 3. Aufl., Stuttgart 2010.</p> <p>Dessler, G.: Human Resource Management, 13. Ed. Boston u.a. 2013.</p> <p>Grote, S.: Kompetenzmanagement: Grundlagen und Praxisbeispiele, 2. Aufl., Stuttgart 2012.</p> <p>Kröger, H./Reisky, A.: Blended learning - Erfolgsfaktor Wissen, Bielefeld 2004.</p> <p>Meifert, M.: Strategische Personalentwicklung, 2. Auflage, Wiesbaden 2010.</p>
---------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Modultitel: BWL für Organisation und Personal						
Modul 4		Workload 125 h	Credits 5	Studien- semester 3.	Häufigkeit des Angebots Jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen LV mit seminaristischen Anteilen u. E-Learning	Kontaktzeit 36 h	Selbststudium 59 h	E-Learning 20 h	Lerngruppe 10 h	geplante Gruppengröße 15-20 Studierende
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden wenden Elemente des strategischen Controllings wie Prozessmanagement, Wirkungsanalyse oder Portfolioarbeit in ihren Arbeitsfeldern exemplarisch an.</p> <p>Sie werden dazu befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • an der Strategieentwicklung ihrer Unternehmen mitzuwirken • strategische Optionen zu bewerten • Maßnahmen der operativen Praxis zu überprüfen und ggf. zu eliminieren sowie • aktiv an Zielplanungen und Budgetierungen mitzuwirken. 					
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktanteil- und Marktattraktivität-Wettbewerbsvorteil-Portfolio • SWOT-Analyse • Szenario-Analyse und daraus abgeleitete • Strategieentwicklung • Social Entrepreneurship und Organisationsentwicklung • Wirkungsanalyse-Social Impact • Personalcontrolling 					
4	Lehrformen					

	Vorlesungen, seminaristischer Unterricht, Lerngruppen, Studienbriefe, Offline-Lernaufgaben, Offline-Tests, Zwischenaufgabe
5	(Grundlagen-)Literatur <ul style="list-style-type: none"> Bachert, R. (Ed.). (2006). Corporate Governance in Nonprofit-Unternehmen. Planegg: WRS-Verl. Flessa, S. (2007). Gesundheitsökonomik: eine Einführung in das wirtschaftliche Denken für Mediziner ; mit 17 Tabellen. Berlin; Heidelberg; New York: Springer. Macharzina, K., & Wolf, J. (2015). Unternehmensführung: das internationale Managementwissen ; Konzepte - Methoden - Praxis (9., vollst. überarb. und erw. Aufl). Wiesbaden: Springer Gabler. Müller-Stewens, G., & Lechner, C. (2005). Strategisches Management: wie strategische Initiativen zum Wandel führen ; der St. Galler General Management Navigator (3., aktualisierte Aufl). Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Ulrich, H., & Schwaninger, M. (2001). Systemorientiertes Management: das Werk von Hans Ulrich ; [Auszug aus dem Werk von Hans Ulrich] (Studienausg). Bern: Haupt.
6	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Professur BWL

Arbeits- und Unternehmensrecht						
Modul 5		Workload 200 h	Credits 8	Studien- semester 3. Sem.	Häufigkeit des Angebots jährlich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltung(en) a) LV mit seminaristischen Anteilen und E-Learning	Kontakt-zeit 54 h	eLearn-ing 24 h	Lern-Gruppe 24 h	Selbst-studium 98 h	Gruppengröße: 15-20
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> haben Kenntnis über wichtige rechtliche Grundlagen der Unternehmensführung bzgl. Unternehmens-, Arbeits- und Steuerrecht entwickeln Problemlösungsfertigkeiten, um die im rechtlichen Bereich entstehenden Fragen mit Blick auf eine erfolgreiche Organisationsentwicklung beantworten zu können 					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Arbeitsrecht und Tarifrecht Arbeitsrechtliche Grundlagen von Beschäftigungsverhältnissen in Kirche und Diakonie Einführung in Steuerrecht (Gemeinnützigkeitsrecht, Konzernbesteuerung, Ansätze steuerrechtlicher Optimierung) Einführung in Gesellschafts- und Unternehmensrecht (Rechtsformen, Neugründung, Ausgründung, Fusion, Restrukturierung, Betriebsübergang) (Individual-) Arbeitsrechtliche Grundlagen für Beschäftigungsverhältnisse in Kirche und Diakonie (Kündigung, Befristung, Betriebsübergang, Eingruppierung) Unternehmensmitbestimmung und Kollektivarbeitsrecht (3. Weg) 					
	<ul style="list-style-type: none"> Annuß/Thüsing/Bearbeiter, Annuß/Thüsing, Kommentar zum Teilzeit- und Befristungsgesetz, 3. Aufl. 2012 					

	<ul style="list-style-type: none"> • APS/Bearbeiter, Ascheid/Preis/Schmidt, Kündigungsrecht – Großkommentar zum gesamten Recht der Beendigung von Arbeitsverhältnissen, 5. Aufl. 2017 • Löwisch/Caspers/Klumpp, ArbR, Löwisch/Caspers/Klumpp, Arbeitsrecht, Ein Studienbuch, 10. Aufl. 2014 • Löwisch/Kaiser, BetrVG, Löwisch/Kaiser, Betriebsverfassungsgesetz, Kommentar, 6. Aufl. 2010
4	Lehrformen Vorlesungen, seminaristischer Unterricht, Lerngruppen, Studienbriefe, Offline-Lernaufgaben, Planspiel
5	Prüfungsformen Unternehmensplanspiel mit Auswertung (benotet)
6	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Aktive Teilnahme am Modul und erfolgreiche Teilnahme am Unternehmensplanspiel
7	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. für BWL

Modul:6	Modultitel: Transferprojekt Personalmanagement		
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jörg Martens			
Qualifikationsstufe: Zertifikat	Studienhalbjahr: 3	Modularart: Pflichtmodul	
Leistungspunkte (Credits): 5 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 36 h (4 Tage)	
		davon E-Learning: 10 h	
		davon Lerngruppe: 16 h	
		davon Praxis: 20 h	
	Lernort: Betrieb / Hochschule	davon Selbststudium: 57 h	
		davon Portfolio-Arbeit: 1 h	
Dauer und Häufigkeit: 1 x jährlich	Teilnahmevoraussetzungen:	Sprache: deutsch	

Kurzbeschreibung des Moduls	Auf Basis eines ausgewählten Projektes aus der betrieblichen HR-Praxis werden die Studierenden in die Lage versetzt, mit den aktuellen strategischen und operativen Herausforderungen des modernen Personalmanagements umzugehen. Die Kompetenzen der Studierenden sollen dabei in fachlicher, methodischer und auch sozialer Hinsicht dafür geschärft werden, realitäts- und anwendungsbezogene Projekte in kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen im Bereich des strategischen und operativen Personalmanagements zu initiieren, konzipieren und umzusetzen. Mithilfe eines konkreten Projektes werden die Teilnehmer aufgefordert, sich in die Rolle verantwortlicher Personal-Manager(innen) bzw. -Referenten(innen) zu versetzen, Problemstellungen zu verstehen und mit den Konzepten und Methoden des modernen Personal- und Projektmanagements zu lösen
------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls können die Studierenden operative und strategische Fragestellungen des Personalmanagements in kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen analysieren, lösen und Handlungsempfehlungen zur Durchführung und Implementierung ausarbeiten.</p> <p>wenden die Studierenden ihr bereits vorhandenes theoretisches Wissen zum Personalmanagement innerhalb einer Projektarbeit zu den Themengebieten Personalplanung, Personalbeschaffung, Mitarbeiterbindung, Personalmarketing & Employer Branding, Personaleinsatz, Personalentwicklung, Personalfreisetzung, Ethik im Personalmanagement an</p> <p>werden die Studierenden in die Lage versetzt, die unternehmensinternen und -externen Herausforderungen hinsichtlich des zu bearbeitenden Projektes zu bewerten, Handlungsempfehlungen abzuleiten und umzusetzen</p> <p>verstehen die Studierenden die Diskrepanz zwischen Theorie und praktischer Anwendung personalwirtschaftlicher Modelle, Instrumente, Methoden und Strategien.</p> <p>können die Studierenden auf der Grundlage einer konkreten unternehmerischen Ausgangssituation die Ausgestaltung des Personalprojektes in einem Projektbericht schlüssig begründen.</p> <p>sind die Studierenden in der Lage, zentrale Instrumente und Methoden des Personalmanagements hinsichtlich ihrer Eignung und Anwendbarkeit im unternehmerischen Kontext zu beurteilen und in einem weiteren Schritt im Rahmen eines Projektes auf ein Unternehmen zu übertragen.</p> <p>verfügen die Studierenden über die Methodenkompetenz zur Konzeption und Implementierung eines konkreten Projektes</p>
Inhalte des Moduls / beispielhafte Themen:	<ul style="list-style-type: none"> • Projektbegriff, -arten und Ansatz Projektmanagement • Projektabgrenzung und Projektkontextanalyse • Projektauftrag • Stakeholderanalyse • Projektleistungsplanung: Ergebnisplan, Projektstrukturplan, Arbeitspaketespezifikation • Projektterminplanung: Balkenplan, Meilensteinplan • Projektorganisation und Projektkultur • Kostenplanung • Ressourcenplanung
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung mit seminaristischer Gruppenarbeit und Übungen, Betriebserkundungen.

Lernformen:	Vorlesung, Seminar; Literatur- und Praxis-Recherche allein und in Lerngruppen, Konzeptentwicklung
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungs-punkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	<p>Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht.</p> <p>Wahlweise Erstellung einer eines Konzept-Entwurfs für ein Thema des Personalmanagements in Form eines Projektes für ein konkretes Unternehmen</p> <p>Die Studierenden haben zu einem der vorgegebenen Themen einen 7–10-seitige Projektbericht zu erstellen. Zu jedem dieser Themen werden mindestens zwei einführende Literaturhinweise gegeben. Zur fachlichen und methodischen Betreuung der Projektberichte bietet der Seminarleiter Online-Tutorien an, um den Erstellungsprozess bei Bedarf zu begleiten</p>
(Grundlagen-) Literatur:	<p>Bücher zum Projektmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drees, J./Lang, C./Schöps, M. (2014): Praxisleitfaden Projektmanagement. Tipps, Tools und Tricks aus der Praxis und für die Praxis. 2. Auflage, Hanser, München. • Kuster, J. et al. (2011): Handbuch Projektmanagement. 3. Auflage, Springer, Heidelberg/Berlin. • Reichert, T. (2016): Projektmanagement. Haufe, Freiburg. <p>Bücher zum Personalbereich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berthel, J./Becker, F. G. (2013): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 10. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. • Böhmer, N./Schinnenburg, H./Steinert, C. (2012): Fallstudien im Personalmanagement. Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen. Pearson, München.. • Oechsler, W. A. (2011): Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen. 9. Auflage, Oldenbourg, München. • Weibler, J. (2012): Personalführung, 2. Auflage, Vahlen, München

Abschlussarbeit und Kolloquium					
Modul7		Workload 250 h + 50	Credits 10 +2	Studien-semester 3. oder studienbegleiten d	Häufigkeit des Angebots laufend / jährlich
1	Lehrveranstaltungen a) Schriftl. Hausarbeit b) Kolloquium		Kontaktzeit nach Bedarf	Selbststudium 150 h	geplante Gruppengröße 15-20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Abschlussarbeit und das Kolloquium zur Abschlussarbeit sollen zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, <ul style="list-style-type: none"> • ein Problem aus dem Bereich der Organisations- oder Personalentwicklung selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und dabei weiterführende Ideen und Problemlösungen zu entwickeln. Ziel ist dabei die 				

	Bereicherung des Fachdiskurses der Disziplin und der Transfer in die betriebliche Praxis.
4	Lehrformen: Individuelle Betreuung in Ergänzung zur Modul 6 Transferprojekt; Kolloquium
5	Teilnahmevoraussetzungen a) Teilnahme an der Forschungswerkstatt b) Bei der Durchführung des Abschlusskolloquiums müssen alle Module erfolgreich abgeschlossen sein
6	Prüfungsformen: Schriftliche Arbeit und Kolloquium
8	(Grundlagen-)Literatur • Kornmeier, M. (2011). Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: für Bachelor, Master und Dissertation. Bern: Haupt.
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: alle im Studiengang hauptberuflich Lehrenden

Studierende wählen bei Bedarf weitere Wahlmodule

Modul: WM61	Modultitel: Employer Branding und Recruiting		
Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jörg Martens			
Qualifikationsstufe: Zertifikat	Studienhalbjahr: X	Modulart: Wahl	
Leistungspunkte (Credits): 5 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt: 125 Stunden	davon Kontaktzeit: 32 h (4 Tage)	
		davon E-Learning: 12 h	
		davon Lerngruppe: 0 h	
		davon Praxis: 6 h	
	Lernort: Hochschule und Betrieb	davon Selbststudium: 75 h	
		davon Portfolio-Arbeit: -0h	
Dauer und Häufigkeit: 1 x jährlich	Teilnahmevoraussetzungen:	Sprache: deutsch	
Kurzbeschreibung des Moduls	Der demographische Wandel in Deutschland führt dazu, dass Unternehmen stärker denn je gezwungen sind, sich am Arbeitsmarkt als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und die Recruiting-Aktivitäten zunehmend zu professionalisieren. Nur diejenigen Organisationen, denen es gelingt, sich den Zugang zu qualifizierten Mitarbeitern am externen Arbeitsmarkt mit Instrumenten des Employer Branding zu sichern werden langfristig erfolgreich sein können. Nach dem ersten Kontakt zu potentiellen neuen Mitarbeitern ist es dann ungeheuer wichtig, das Recruiting effektiv und effizient zu gestalten und bei Bewerbern einen professionellen Eindruck zu hinterlassen. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur Umsetzung von Employer Branding- und Recruiting-Aktivitäten zu vermitteln		

Qualifikationsziele / Kompetenzen:	<p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls Employer Branding und Recruiting:</p> <ul style="list-style-type: none"> -können die Studierenden die Bereiche Employer Branding und Recruiting in den Gesamtkontext des Personalmanagements einordnen -kennen die Studierenden die Ziele, Methoden und Instrumente von Employer Branding und Recruiting -verstehen die Studierenden die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Employer Branding und Recruiting -haben die Studierenden alternative Möglichkeiten der Organisation von Employer Branding und Recruiting kennengelernt -wissen die Studierenden um die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Employer Branding und Recruiting
Inhalte des Moduls / beispielhafte Themen:	<p>1 Grundlagen und Ziele des Employer Branding: 1.1 Personalmarketing und Employer Branding, 1.2. Arbeitgeberrankings, 1.3 Ziele und Funktionen von Employer Branding</p> <p>2 Entwicklung einer Employer Branding Strategie und –kampagne: 2.1 Analyse: Unternehmen und Zielgruppen, Planung: Ziele, Positionierung, Marktbearbeitung, 2.2 Durchführung: Employer Branding Instrumentarium</p> <p>3 Besonderheiten und Gestaltung des Employer Branding: 3.1 Interne Kampagnen, 3.2 Schnittstellen zu Talent Management, und Personalentwicklung, Vergütungsmodellen, Gesundheitsmanagement, Arbeitszeitmodellen, Work-Life-Balance., 3.3 Entgeltransparenz und weitere Anreizsysteme als Instrument des internen Employer Branding 3.4 Employee Branding – Mitarbeitende als Markenbotschafter</p> <p>4 Grundlagen des Recruiting: 4.1 Rechtliche und ethische Rahmenbedingungen, 4.2 Der demographische Wandel als Rahmenbedingung, 4.3 Einordnung des Recruiting in das Personalmanagement., 4.4 Bewerbermanagement, 4.5 Recruiting 2.0, 4.6 E-Recruiting, und Social-Media-Recruiting</p>
Art der Lehrveranstaltung(en):	Vorlesung mit seminaristischen Anteilen, Betriebliche Recherche und Erkundung.
Lernformen:	Vorlesung, Seminar; Literatur- und Praxis-Recherche allein und in Lerngruppen, Konzeptentwicklung

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Credits) (Modulprüfung, Umfang und Dauer der Prüfung):	wahlweise Klausur oder Konzept-Ausarbeitung (Projekt-Hausarbeit)
(Grundlagen-) Literatur:	<p>-Achouri, C. (2010): Recruiting und Placement. Methoden und Instrumente der Personalauswahl und -platzierung. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>-Beck, C. (Hrsg.) (2012): Personalmarketing 2.0. Vom Employer Branding zum Recruiting. 2. Auflage, Luchterhand, Köln</p> <p>-Dannhäuser, R. (2015): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Know-How / Praxistipps / Rechtshinweise. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>-DGFP (Hrsg.) (2012): Employer Branding: Die Arbeitgebermarke gestalten und im Personalmarketing umsetzen. Bertelsmann, Bielefeld.</p> <p>-Rump, J./Eilers, S. (Hrsg.) (2014): Lebensphasenorientierte Personalpolitik. Strategien, Konzepte und Praxisbeispiele zur Fachkräftesicherung. Springer Gabler, Berlin</p> <p>-Stotz, W./Wedel-Klein, A. (2013): Employer Branding. Mit Strategie zum bevorzugten Arbeitgeber. 2. Auflage, Oldenbourg, München</p> <p>-Trost, A. (2009): Employer Branding. Arbeitgeber positionieren und präsentieren. 2. Auflage, Luchterhand, Köln</p>

Wahlmodul Vertiefung I						
WM 1	Workload 125 h	Credits 5	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots Jährlich	Dauer 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen LV mit seminaristischen Anteilen u. E-Learning	Kontakt-zeit 36 h	Selbst-studium 59 h	E-Learning 20 h	Lerngruppe 10 h	geplante Gruppengröße 5-10 Studierende
2	<p><i>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</i></p> <p>Die Studierenden wird in wählbaren Schwerpunkten die Möglichkeiten gegeben, hinsichtlich Ihrer beruflichen Ausrichtung verschiedene Themen zu vertiefen:</p> <p>Diese können beispielsweise sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung einer diakonischen Unternehmenskultur • Diakonie als christliches Unternehmen • Ergänzungskurs Theologie • Vertiefung BWL • Strategien der Personalgewinnung 					
3	Inhalte					

	<ul style="list-style-type: none"> Vertiefung und Bearbeitung verschiedener Themenfelder in kleinen Gruppen. Vorstellung der Ergebnisse (Prüfungsleistung) als Posterpräsentation oder online.
4	Lehrformen Vorlesungen, seminaristischer Unterricht, Lerngruppen, Studienbriefe, Offline-Lernaufgaben, Projektarbeit.
5	Teilnahmevoraussetzungen -
6	Prüfungsformen: Poster- oder Onlinepräsentation (benotet)
7	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Professoren/innen des IDM und der FH der Diakonie

Wahlmodul Vertiefung II						
WM 2	Workload 125 h	Credits 5	Studien- semester 4.	Häufigkeit des Angebots Jährlich	Dauer 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen LV mit seminaristischen Anteilen u. E-Learning	Kontaktzeit 36 h	Selbststudium 59 h	E-Learning 20 h	Lerngruppe 10 h	geplante Gruppengröße 5-10 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden wird wählbaren Schwerpunkten die Möglichkeiten gegeben, hinsichtlich aktueller Herausforderungen verschiedene Themen zu vertiefen: Diese können beispielsweise sein: <ul style="list-style-type: none"> Strategien der Ambulantierung Strategien einer internetgestützten Unternehmenskommunikation Datenschutz und Datensicherheit im Unternehmen Automatisierung und Digitalisierung im Sozial- und Gesundheitswesen Interkulturelle Öffnung - Umgang mit Flucht und Migration 					
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Vertiefung und Bearbeitung verschiedener Themenfelder in kleinen Gruppen. Vorstellung der Ergebnisse (Prüfungsleistung) als Posterpräsentation oder online. 					
4	Lehrformen Vorlesungen, seminaristischer Unterricht, Lerngruppen, Studienbriefe, Offline-Lernaufgaben, Projektarbeit.					
5	Teilnahmevoraussetzungen -					
6	Prüfungsformen: Poster- oder Onlinepräsentation (benotet)					
7	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Professoren/innen des IDM und der FH der Diakonie					