



Werving en employer branding (F710334)

Wegens Covid19 kan mogelijk afgeweken worden van de onderwijs- en evaluatievormen. Dergelijke afwijkingen zullen via Ufora worden gecommuniceerd.

Cursusomvang (nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)

Studiepunten 3.0 Studietijd 90 u Contacturen 30.0 u

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2020-2021

A (semester 1)	Nederlands	Gent	werkcollege	6.25 u
			groepswork	13.75 u
			hoorcollege	7.5 u
			online werkcollege	0.0 u
			begeleide zelfstudie	2.5 u
			online hoorcollege	0.0 u

Lesgevers in academiejaar 2020-2021

Van Hoye, Greet EB23 Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2020-2021

	stptn	aanbodsessie
Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting handelswetenschappen)	3	A
Master of Science in de handelswetenschappen (afstudeerrichting personeels- en organisatie management)	3	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Instroom, werving, employer branding, rekrutering

Situering

Steeds meer organisaties beseffen dat hun menselijk kapitaal hun voornaamste competitief voordeel vormt. Het aantrekken en behouden van getalenteerd personeel is cruciaal voor het succes van organisaties. De demografische evoluties op de arbeidsmarkt en het toenemende aantal knelpuntberoepen dragen bij tot een echte 'war for talent'. Daarom neemt het strategisch belang van werving als determinant van personeelsinstroom toe. Dit sluit aan bij het toegenomen belang van employer branding, waarbij organisaties een aantrekkelijk én onderscheidend imago als werkgever willen creëren, zowel bij toekomstige als huidige medewerkers.

Inhoud

1. Instroom van menselijk kapitaal
2. Belang van employer branding
3. Interne employer branding
4. Externe employer branding
5. Selectie

Begincompetenties

Basiskennis human resource management
Basiskennis werving

Eindcompetenties

1. Belang inzien van werving en employer branding als determinanten van de instroom van menselijk kapitaal in de organisatie
2. Kennis en inzicht omtrent de diverse deeldomeinen en technieken van werving en employer branding
3. Inzicht hebben in de bouwstenen van een aantrekkelijk en onderscheidend werkgeversimago

- 4 Belang inzien van meten in de context van werving en employer branding
- 5 Vragen en uitdagingen met betrekking tot personeelsinstroom analyseren en hiervoor oplossingen formuleren, gebruik makend van de besproken concepten en instrumenten

Creditcontractvoorwaarde

Toelating tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is mogelijk mits gunstige beoordeling van de competenties

Examencontractvoorwaarde

Dit opleidingsonderdeel kan niet via examencontract gevolgd worden

Didactische werkvormen

Begeleide zelfstudie, groepswork, hoorcollege, werkcollege, online hoorcollege, online werkcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Voor het groepswork contacteren de studenten zelf een bestaande organisatie en voeren een audit uit op het vlak van employer branding. Op basis van theoretische en onderzoeksgebaseerde inzichten worden evidence-based aanbevelingen aan de organisatie geformuleerd.

Leermateriaal

Handboek: Schollaert, E., Van Hoye, G., Van Theemsche, B., & Jacobs, G. (2017). *De strijd om talent: Employer branding in theorie en praktijk*. Gent, België: Academia Press (GPRC-label). ISBN: 978-94-014-4328-9
Kostprijs: 22,5 euro

Aangevuld met wetenschappelijke artikels gratis beschikbaar op Ufora.

Referenties

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

Interactieve ondersteuning via Ufora, mogelijkheid tot vragen en feedback tijdens de les

Evaluatiemomenten

periodegebonden en niet-periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijk examen met open vragen

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijk examen met open vragen

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Werkstuk, peer-evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Examen in de tweede examenperiode is enkel mogelijk in gewijzigde vorm

Eindscoreberekening

Combinatie van periodegebonden (50%) en niet-periodegebonden (50%) evaluatie. Deelname aan beide evaluatievormen is noodzakelijk om te kunnen slagen voor dit opleidingsonderdeel.