

Werving en employer branding (F710334)

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

Studiepunten 3.0 **Studietijd 90 u**

Aanbodsessies en werkvormen in academiejaar 2024-2025

| | | | |
|----------------|------------|------|------------------------------------------|
| A (semester 1) | Nederlands | Gent | groepswerk werkcollege hoorcollege |
|----------------|------------|------|------------------------------------------|

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

| | | |
|-----------------|------|---------------------------|
| Van Hoye, Greet | EB23 | Verantwoordelijk lesgever |
|-----------------|------|---------------------------|

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

| | stptn | aanbodssessie |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------|
| Educatieve Master of Science in de economie (afstudeerrichting handelswetenschappen) | 3 | A |
| Master of Science in de handelswetenschappen (afstudeerrichting personeels- en organisatiemanagement) | 3 | A |

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Instream, werving, employer branding, rekrutering, selectie

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. Instream 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

Groepswerk, Werkcollege, Hoorcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Voor het groepswerk 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.

Studiemateriaal

Type: Handboek

Naam: Schollaert, E., Van Hove, G., Van Theemsche, B., & Jacobs, G. (2021). De strijd om talent: Employer branding in theorie en praktijk (tweede editie). Gent, België: Academia Press. EAN: 9789401477536.

Richtprijs: € 25

Optioneel: nee

Taal : Nederlands

Oudst bruikbare editie : Tweede editie

Beschikbaar in de bibliotheek : Ja

Beschikbaar via studentenvereniging : Ja

Gebruik en levensduur binnen het opleidingsonderdeel : intensief

Type: Reader

Naam: Aanvullende wetenschappelijke artikels

Richtprijs: Gratis of betaald door opleiding

Optioneel: nee

Beschikbaar op Ufora : Ja

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

Schriftelijke evaluatie met open vragen

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijke evaluatie met open vragen

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Werkstuk

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. Wanneer men niet deelneemt aan de evaluatie van één of meer onderdelen kan men niet meer slagen voor het geheel van het opleidingsonderdeel en wordt het eindcijfer, indien dit hoger ligt dan 7/20, teruggebracht tot het hoogste niet-delibereerbare cijfer (7/20). Wanneer een groepslid duidelijk een verschillende inbreng en participatie heeft in het groepswerk, kan diens individuele score verschillen tov van de score van de andere groepsleden.