

## **Zertifikatsbestimmungen**

### **Zertifikatskurs**

### **Employer Brand Manager\*in (berufsbegleitend)**

### **Certificate of Advanced Studies (CAS)**

#### **1. Spezifische Zugangsvoraussetzungen**

Zum Zertifikatskurs zugelassen werden kann, wer die nachfolgenden Voraussetzungen erfüllt:

- Abgeschlossenes Studium auf Bachelor-Niveau mit mindestens 180 ECTS oder
- Breites und integriertes berufliches Wissen einschließlich der aktuellen fachlichen Entwicklungen, Kenntnisse zur Weiterentwicklung eines wissenschaftlichen Faches oder eines beruflichen Tätigkeitsfeldes (die Mindestqualifikation muss Niveau 6 des Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR) entsprechen) oder
- Teilnahme am „Grundlagenkurs Employer Branding, Recruiting und Talentmanagement“: Der erfolgreiche Abschluss dieses Zertifikatskurses berechtigt auch ohne Bachelorabschluss zur Teilnahme am Zertifikatskurs „Employer Brand Manager\*in“.

#### **2. Zielgruppen**

Die Inhalte der Qualifikation richten sich an:

- Personal-Manager\*innen mit dem Aufgabenbereich Employer Branding und Personalmarketing
- Geschäftsführung und Führungskräfte (insbesondere aus dem KMU-Umfeld), die die Arbeitgeberattraktivität des eigenen Unternehmens steigern wollen
- Marketing- und Kommunikationsmanager\*innen, die die Markenarchitektur des Unternehmens um eine Arbeitgebermarke und eine arbeitgeberbezogene Kommunikation erweitern wollen.
- Personal- und Organisationsentwickler\*innen mit Interesse an einem arbeitgebermarkenbezogenen Organisationsentwicklungsprozess

#### **3. Qualifikationsziele**

Als zertifizierte Employer Brand Manager\*innen sind die Teilnehmenden in der Lage, Employer-Branding-Maßnahmen so zu gestalten und zu steuern, dass sie passende Mitarbeiter\*innen finden, ihre Identifikation mit dem Unternehmen erhöhen und nachhaltige an das Unternehmen binden. Dazu werden die Teilnehmenden im Zertifikatskurs im Besonderen befähigt:

- Ein Employer Branding-Projekt zielorientiert aufzusetzen und effizient durchzuführen
- Eine Arbeitgeberpositionierung als strategischem Kernstück der Arbeitgebermarke zu entwickeln
- Die Arbeitgeberpositionierung nachhaltig in der Organisation zu verankern
- Die Arbeitgeberpositionierung in den relevanten Zielgruppen und Arbeitsmärkten zu aktivieren und zu stärken
- Eine authentische Employer Brand Experience nachhaltig sicherzustellen, insbesondere in erfolgskritischen Phasen wie bspw. das Onboarding
- Ein Employer Brand Management aufzusetzen, zu steuern und die Arbeitgebermarke eigenständig weiterzuentwickeln

## 4. Aufbau des Zertifikatskurses

### a. Grundlagen zum Kursaufbau

#### Bestimmung des Gesamtumfangs

Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Zertifikatskurses erforderlichen Lehrveranstaltungen beträgt 80 Unterrichtseinheiten (1 UE = 45 min) zzgl. Praxisarbeit (mit Transfercoaching), E-Learning, Wissensnuggets und Selbststudium und führt zum Erwerb von 10 ECTS. Die Lehrveranstaltungen werden berufs begleitend durchgeführt.

#### Gliederung des Zertifikatskurses

Der Zertifikatskurs umfasst 8 Tage Lehrveranstaltungen, die in Präsenz am Bildungscampus Heilbronn stattfinden. Die für den erfolgreichen Abschluss des Zertifikatskurses erforderlichen Lehrveranstaltungen sind einzelnen Modulen zugeordnet und mit ECTS-Credits versehen. Die modulübergreifende Praxisarbeit wird im Unternehmen angefertigt und durch Transfercoaching unterstützt. E-Learning und Wissensnuggets (begleitende Lernvideos) unterstützen das Selbststudium.

#### Unterrichts- und Prüfungssprache

Die Unterrichtssprache in den Lehrveranstaltungen ist Deutsch, Prüfungssprache ist die Unterrichtssprache. Der zuständige Prüfungsausschuss kann eine von der deutschen Sprache abweichende Sprache als Unterrichtssprache oder Prüfungssprache festlegen.

### b. Struktur und Beschreibung des Zertifikatskurses

Modul	Bezeichnung	Art	Umfang Lehrveranstaltungsstunden (UE)	Art der Prüfungsleistung	ECTS
M1	Mit einer Employer Branding-Strategie zur Arbeitgeberattraktivität	V/Ü	20	LA	2,5
M2	Externes Employer Branding	V/Ü	20		2,5
M3	Internes Employer Branding	V/Ü	20		2,5
M4	Employer Brand Management	V/Ü	20		2,5
	<b>Gesamt</b>		<b>80</b>		<b>10</b>

**Modul M1: Mit einer Employer Branding-Strategie zur Arbeitgeberattraktivität (20 UE):**

- Grundlagen des Employer Brandings
- Prozessmodell des Employer Brandings
- Arbeitgeberpositionierung
- Employer Branding Strategie
- Einstieg in die Praxisarbeit

**Modul M2: Externes Employer Branding (20 UE):**

- Zielsetzung „Zum Wunscharbeitgeber (Employer of Choice) werden“
- Kommunikationskonzept und Personalmarketing
- Recruiting und Onboarding
- Candidate Experience Management

**Modul M3: Internes Employer Branding (20 UE):**

- Zielsetzung „Wunscharbeitgeber bleiben“
- Von der Arbeitgebermarke zur Organisationsentwicklung
- Employer Brand Experience Management
- Führung
- Personalmanagement
- Interne Kommunikation
- New Work und Gestaltung der Arbeitswelt
- Mitarbeiterbindung

**Modul M4: Employer Brand Management (20 UE):**

- Employer Brand Controlling und Monitoring
- Präsentation der Praxisarbeit

## 5. Prüfung

### a. Prüfungsart

Die Art der Prüfungsleistung ist „LA“ = Lehrveranstaltungsbegleitend durch praktische Arbeit (vgl. dazu § 21 Satzung Zertifikatsprogramme) und setzt sich aus den folgenden Prüfungsbestandteilen zusammen:

1. Schriftliche Praxisarbeit im Unternehmen
2. Präsentation

### b. Bestimmungen zum Erhalt des Zertifikats

Die Note der Gesamtprüfungsleistung ist das gewogene arithmetische Mittel aus den zwei unter a. genannten Prüfungsbestandteilen.

### c. Prüfungsausschuss

Für den Zertifikatskurs ist der Prüfungsausschuss der Fakultät International Business zuständig.

## 6. Abschluss

Nach dem erfolgreichen Ableisten der Prüfung wird von der Hochschule Heilbronn der Abschluss „Certificate of Advanced Studies (CAS)“ verliehen.

Heilbronn, Oktober 2024



Prof. Dr. Michael Ruf  
Beauftragter für Weiterbildung