



**JETZT ANMELDEN UNTER
EMPLOYERBRANDING.ORG/EBM**

UNIVERSITÄRER ZERTIFIKATSKURS EMPLOYER BRAND MANAGER/IN

Wie Sie **Employer Branding** so gestalten und steuern, dass Sie passende Mitarbeiter finden, ihre Identifikation mit dem Unternehmen steigern und die Leistungsbereitschaft erhöhen.

2-Länder-Zertifikatskurs der Deutschen Employer Branding Akademie in Kooperation mit der WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien und dem Executive Education Center der Technischen Universität München.

WARUM SIE TEILNEHMEN SOLLTEN?

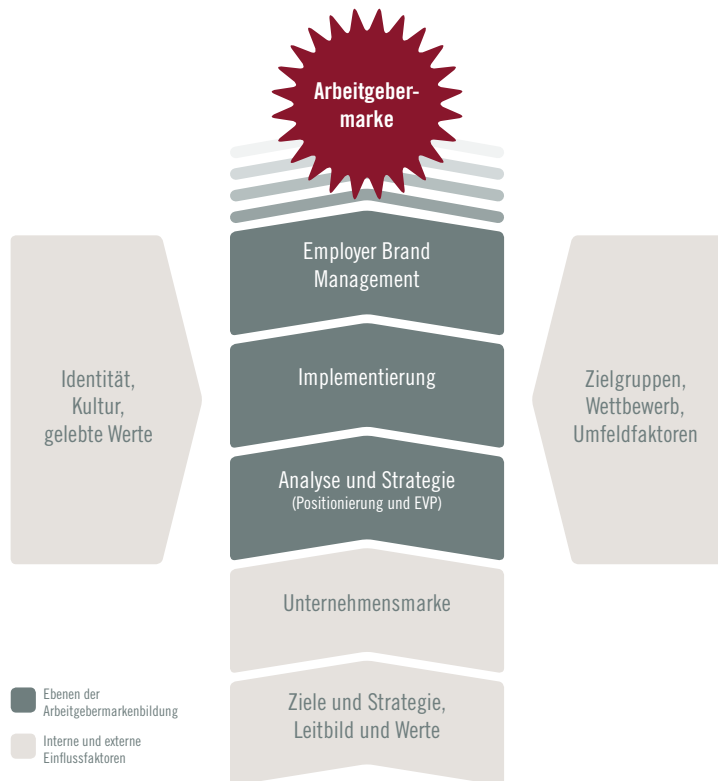
- Sie werden eine/r der ersten zertifizierten „Employer Brand Manager/innen“ im deutschsprachigen Raum.
- Sie gewinnen umfangreiche Expertise in einem für Konzerne und mittelständische Unternehmen immer relevanter werdenden Zukunftsthema.
- Sie werden in allen Fragen des Employer Brandings argumentationssicher, sattel-fest und handlungsfähig.



LEHR- UND LERNZIELE



DIE DREI EBENEN DER ARBEITGEBERMARKENBILDUNG UND EINFLUSSFAKTOREN



© DEBA GmbH, 2012

ALS EMPLOYER BRAND MANAGER/INNEN SIND DIE ABSOLVENTEN DES ZERTIFIKATSKURSES ENTLANG DER GESAMTEN **EMPLOYER-BRANDING-PROZESSKETTE** BEFÄHIGT ...

- ... den Prozess der Employer Branding Analyse und Strategieentwicklung mit breiter Akzeptanzbasis aufzusetzen, unter Berücksichtigung der unternehmensinternen Rahmenbedingungen durchzuführen und erfolgreich abzuschließen.
- ... die Effektivität sowie die gestalterische und inhaltliche Konsistenz des Arbeitgeberauftritts gegenüber allen Zielgruppen dauerhaft sicherzustellen.
- ... eine glaubwürdige, in den Arbeitsmärkten profilierende und differenzierende sowie an den Unternehmenszielen ausgerichtete Arbeitgeberpositionierung (Employer Value Proposition) zu definieren.
- ... die Arbeitgeberpositionierung intern einzuführen sowie im organisationalen Leben, im Personalmanagement und in der Unternehmenskultur zu institutionalisieren.
- ... die Arbeitgeberpositionierung zu implementieren, indem sie bei Mitarbeitern und Führungskräften eingeführt und in der Organisation durch Maßnahmen des Leadership-Developments, des Personalmanagements und der Gestaltung der Arbeitswelt verankert wird.
- ... ein effektives Employer Brand Management aufzusetzen, um die Arbeitgebermarkenbildung kontinuierlich zu steuern, zu evaluieren und zielgenau weiterzuentwickeln.

Die Lehr- und Lernziele beziehen sich, je nach Ausgangslage der Teilnehmer, sowohl auf nationale wie auf internationale und globale Employer Branding Prozesse.

BERUFSBILD

EMPLOYER BRAND MANAGER/IN



Ob für Müsliriegel, Espressomaschine oder Turnschuh – für fast jedes Produkt gibt es Brand Manager. Den meisten Unternehmen ist auch ihre Corporate Brand einiges wert. Hingegen steckt das Employer Brand Management vergleichsweise noch in den Kinderschuhen. Und das, obwohl die Anforderungen kontinuierlich steigen. Doch was muss ein/e Employer Brand Manager/in können? Für wen ist dieser Job gemacht?

So unterschiedlich wie die Employer Branding Auffassungen in den Unternehmen, so unterschiedlich sind auch die Erwartungen an die Employer Brand Manager/innen, falls vorhanden. Deren Zuständigkeit erschöpft sich häufig in der Arbeitgeberimagewerbung und im externen Personalmarketing. Nur selten wird Employer Branding als Wertschöpfungsprozess von gesamtstrategischer Tragweite aufgestellt und gesteuert.

Doch nur ein fundierter, umfassender Employer-Branding-Prozess bringt eine nachhaltig attraktive Arbeitgebermarke hervor. Dazu braucht es jemanden, der dazu befähigt ist, die Arbeitgebermarkenbildung systematisch einzuleiten und entlang der gesamten Prozesskette des Employer Brandings systematisch und effektiv zu steuern.

Employer Brand Management ist daher ein Job für Generalisten. Und für ausgereifte Persönlichkeiten, die klar und klug vorgehen sowie analytisch und strukturierend vorausdenken. Sie sollten interdisziplinär arbeiten können und sich rasch sowohl in der Personal- als auch in der Branding-Welt zurechtfinden. Dieser Zertifikatskurs vermittelt das Rüstzeug, um in allen Phasen des Employer Branding Prozesses kompetent zu handeln. Er zeigt Ihnen, wie Sie aus Ihrem Arbeitgeber eine Marke machen – effektiv und systematisch. Mit vielen Beispielen aus der Praxis und konkreten Arbeitshilfen. Er macht Sie satelfest und handlungsfähig und schaut nach rechts und links – damit Sie das Thema Arbeitgebermarke auch in seinen Zusammenhängen sehen und sicher argumentieren können.

LEHR- UND LERNKONZEPT

■ WER SOLLTE TEILNEHMEN?

Das berufsbegleitende Programm versteht sich als Weiterbildungsangebot für Geschäftsführer, Bereichs- und Stabsstellenleiter sowie führende Mitarbeiter in mittelständischen Unternehmen, Konzernen und öffentlichen Institutionen, z. B. aus den Bereichen Personal, Unternehmenskommunikation und Marketing, die sich durch das Erlangen von entsprechenden Kompetenzen auf akademischem Niveau für die Aufgaben eines/einer Employer Brand Managers/Managerin qualifizieren wollen.

■ TEILNAHMEVORAUSSETZUNG

Abgeschlossenes Universitäts- oder Hochschulstudium (ab Bachelor), mindestens zwei Jahre Berufserfahrung. Personen ohne akademischen Abschluss (mit Hochschulreife) in Führungsposition: mindestens vier Jahre Berufserfahrung.

Der universitäre Zertifikatskurs Employer Brand Manager/in kombiniert praxisrelevante Aspekte der Arbeitgebermarkenbildung in modernen Unternehmen mit wissenschaftstheoretischen Elementen. Als weiterbildendes Studium setzt das Lehr- und Lernangebot an den Erfahrungen und bereits erworbenen Kenntnissen der Teilnehmer an. Im Vordergrund stehen folglich die Einbeziehung des persönlichen Erfahrungswissens der Teilnehmer und der Austausch darüber innerhalb der Teilnehmergruppe.

Begleitend erfolgt die gezielte Entwicklung des Verständnisses für das komplexe und interdisziplinäre Tätigkeitsfeld eines/einer Employer Brand Managers/Managerin in modernen Unternehmen. Ziel des Studiengangs ist es, die Teilnehmer für Arbeitgebermarkenmanagement nicht nur fachlich und methodisch zu qualifizieren, sondern sie zuvorderst als „vernetzt denkende Persönlichkeiten“ zu entwickeln.

Die Vernetzung der Teilnehmer untereinander soll durch Teamarbeit und gemeinsame, studienbegleitende „Kamingespräche“ gefördert werden, die internationale Vernetzung ist durch das 2-Länder-Angebot bereits angelegt. Die Teilnehmer besuchen während ihrer Fortbildung neben der Deutschen Employer Branding Akademie auch je eine Universität in Deutschland, das Executive Education Center der Technischen Universität München, und in Österreich, die WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien. Das Zertifikat wird dem Studienteilnehmer von der Deutschen Employer Branding Akademie in Kooperation mit den beiden Partneruniversitäten verliehen.

Der Zertifikatskurs Employer Brand Manager/in gliedert sich in insgesamt vier Lernfelder bzw. Module, die sich über vier Präsenzphasen verteilen.



EMPLOYER BRAND MANAGER/IN

WERDEN IN VIER MODULEN

Die Teilnehmer erwerben anhand von theoretischen Grundlagen und Praxisbeispielen anwendbares Wissen, das sie in die Lage versetzt, als Employer Brand Manager/in zu denken und zu handeln. Im Austausch mit anderen Unternehmensvertretern und Experten analysieren die Teilnehmer reale Fälle und entwickeln umsetzbare Lösungen.

Das Programm ist in vier Module à zwei Tage gegliedert. Jeweils ein bis zwei Vortragende pro Modul vermitteln State-of-the-Art-Wissen aus Wissenschaft und Praxis. Neben der Wissensvermittlung leben die Module vom moderierten Erfahrungsaustausch zwischen den Teilnehmern. Zahlreiche Übungen unterstützen den Wissenstransfer und regen den gegenseitigen Erfahrungsaustausch an.

modul eins: EMPLOYER BRANDING GRUNDLAGEN UND PROZESSMODELL

- Employer Branding im Kontext Marke
- Der Weg zur Arbeitgebermarke im Gesamtbild
- Analyse und Strategieentwicklung
- Implementierung

Zwei Tage in Berlin

modul zwei: HANDLUNGSFELDER DES INTERNEN EMPLOYER BRANDINGS

- Führung
- Personalmanagement
- Interne Kommunikation
- Gestaltung der Arbeitswelt

Zwei Tage in München

modul drei: HANDLUNGSFELDER DES EXTERNEN EMPLOYER BRANDINGS

- Arbeitsmarktkommunikation - Social Networking
- Recruiting und Bewerbermanagement
- Corporate Reputation

Zwei Tage in Wien

modul vier: EMPLOYER BRAND MANAGEMENT UND CONTROLLING

- Integration der Module
- Employer Brand Management
- Employer Brand Controlling
- Präsentation und Bewertung der Fallstudienarbeit

Zwei Tage in Berlin

EMPLOYER BRANDING GRUNDLAGEN UND PROZESSMODELL

Das erste Modul vermittelt die Motivation für Employer Branding und grenzt es von anderen Branding-Disziplinen ab. Es vermittelt sämtliche relevanten Grundlagen, um das Thema Arbeitgebermarkenbildung umfassend zu verstehen, und zeigt alle Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke auf.

- Die unternehmensinternen Stakeholder werden mit ihren unterschiedlichen Interessenslagen identifiziert, um Commitment zu erzielen und eine gemeinsame Handlungsgrundlage zu schaffen.
- Der Mehrwert, aber auch Herausforderungen der Arbeitgebermarkenbildung für das Unternehmen werden diskutiert und anhand von Fallbeispielen beleuchtet.
- Alle Schritte zur Durchführung einer fundierten Employer Branding Analyse, der Entwicklung einer Positionierungsstrategie und der Definition einer Arbeitgeberpositionierung (Employer Value Proposition) werden praxisnah vermittelt und geübt.
- Anhand von Beispielen wird illustriert, wie Zielgruppen segmentiert werden, wie auf der Grundlage der Arbeitgeberpositionierung ein zielgruppendifferenziertes Kommunikationskonzept aufgesetzt wird und wie Maßnahmen und Budgets crossmedial und synergiestark geplant werden können.
- Die wichtigsten Handlungsebenen der Implementierung im Unternehmen und im Arbeitgeberrauftritt werden vorgestellt und diskutiert.

MODULZIELE

- Sie kennen die Grundlagen und Zusammenhänge des Themas Employer Branding.
- Sie wissen, wie Sie alle relevanten internen Stakeholder ins Boot holen und überzeugen.
- Sie erfahren, wie Sie eine fundierte Employer Branding Analyse und Strategieentwicklung durchführen.
- Sie verstehen, was eine gute Arbeitgeberpositionierung leisten muss und wie Sie sie implementieren.
- Sie lernen, wie Sie Ihre Zielgruppen segmentieren und ein Kommunikationskonzept aufsetzen.
- Sie kennen Best Practices, Bruchstellen und „lessons learned“.

HANDLUNGSFELDER DES INTERNEN EMPLOYER BRANDINGS

Internes Employer Branding beschreibt den kontinuierlichen Prozess der Ausrichtung der Organisation an Ihrer Positionierung als Arbeitgeber. Es macht die Arbeitgebermarke zu einem fundamentalen „Kulturgut“ des Unternehmens. Das interne Employer Branding nutzt das gesamte Instrumentarium der Personal- und Organisationsentwicklung sowie der internen Kommunikation. Die vier Handlungsfelder des internen Employer Brandings bilden hierbei den Rahmen des Moduls:

- Führung und Leadership
- Interne Kommunikation
- Personalmanagement
- Gestaltung der Arbeitswelt

MODULZIELE

- Sie erfahren, welche internen Dimensionen Employer Branding umfasst und welche Gestaltungsmöglichkeiten sich bieten.
- Sie entwickeln Konzepte, wie Sie die Ergebnisse der Arbeitgeberpositionierung bei Mitarbeitern und Führungskräften so einführen können, dass sie nicht nur verstanden, sondern auch gelebt werden.
- Sie verstehen, wie sich die Werte und Botschaften der Arbeitgebermarke in den Prozessen des Talent Managements und des Recruitings sowie in anderen HR-Geschäftsprozessen widerspiegeln.



HANDLUNGSFELDER DES EXTERNEN EMPLOYER BRANDINGS

Das dritte Modul vermittelt grundlegende Prinzipien und Möglichkeiten des operativen Personalmarketings bis hin zur crossmedialen Dramaturgie der Kommunikation zielgruppenrelevanter Kanäle. Das Modul legt außerdem einen Schwerpunkt auf den differenzierten und systematischen Umgang mit viraler Kommunikation und Social Media sowie auf die Auswahl geeigneter Agenturen und die Anforderungen an ein gutes Employer Branding Kreativkonzept. Das Modul orientiert sich inhaltlich an den vier Handlungsfeldern des externen Employer Brandings:

- Arbeitsmarktkommunikation (Personalmarketing)
- Social Networking
- Recruiting und Bewerbermanagement
- Schnittstellen zur Unternehmenskommunikation (Corporate Branding)



MODULZIELE

- Sie wissen, wie Sie den richtigen Agenturpartner finden und ein Kreativkonzept entwickeln.
- Sie kennen die Möglichkeiten des modernen Personalmarketings.
- Sie erfahren, wie Sie Ihre Kommunikation effektiv crossmedial planen.
- Sie wissen, wie Sie Recruiting und Bewerbermanagement im Sinne der Arbeitgebermarke gestalten.

EMPLOYER BRAND MANAGEMENT UND CONTROLLING

Die Zielerreichung Ihres Employer Brandings hängt entscheidend davon ab, dass eine regelmäßige, systematische Verbesserung auf Basis klarer Abläufe und Regeln in der Steuerung, der Bildung und der Führung Ihrer Arbeitgebermarke stattfindet: Employer Brand Management.

- Employer Brand Management dient dazu, den Aufbau der Arbeitgebermarke effizient zu organisieren und sie danach über die Jahre systematisch zu pflegen, auf Kurs zu halten und in den Köpfen der für Sie relevanten Zielgruppen immer prägnanter zu verankern.
- Employer Brand Controlling dient dazu, auf der Basis klarer, strategischer Ziele den Erfolg Ihrer Employer Branding Maßnahmen zu bewerten. Die regelmäßige Erfolgsmessung ermöglicht es dem/der Employer Brand Manager/in, den Mitteleinsatz für das Employer Branding zu optimieren, positive Wirkungen zu verstärken, Fehlentwicklungen frühzeitig zu erkennen und ihnen gegenzusteuern sowie die Employer Branding Strategie und das Kommunikationskonzept zu justieren und zu optimieren.

MODULZIELE

- Sie verstehen, wie Sie ein systematisches Employer Brand Management und Controlling aufsetzen.
- Sie kennen alle Schritte des Employer Branding Prozesses im Gesamtzusammenhang.
- Sie reflektieren Ihre Lernerfahrungen anhand der Abschlusspräsentation.



ABSCHLUSS UND ZERTIFIZIERUNG

Der Zertifikatskurs schließt mit dem Zertifikat „Employer Brand Manager/in“ ab. Als Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme gelten die Anwesenheit bei allen vier Modulen und die Abschlusspräsentation der Teamaufgabe. Die erfolgreiche Teilnahme wird mit einem Zertifikat der Deutschen Employer Branding Akademie in Kooperation mit der WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien und dem Executive Education Center der Technischen Universität München bestätigt.

REFERENTEN

Top-Referenten der Deutschen Employer Branding Akademie, der WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien und des Executive Education Centers der Technischen Universität München garantieren höchste Qualität und einen professionellen Ablauf des Zertifikatskurses.

UMFANG

Vier Module à zwei Tage + Abschlusspräsentation der Teamaufgabe.

SPRACHE

Deutsch.

STUDIENPLÄTZE

Mindestens zwölf, maximal 20 Teilnehmer.

TEILNAHMEGEBÜHR

6.800 Euro (zzgl. USt. für Teilnehmer aus Deutschland, Teilnehmer aus Österreich und der Schweiz sind umsatzsteuerbefreit).

Zertifikatskurs mit vier Modulen, inklusive Verpflegung und Lernmaterialien.

VERANSTALTUNGSORTE

Modul 1:

Deutsche Employer Branding Akademie, Berlin

Modul 2:

Executive Education Center der Technischen Universität München, München

Modul 3:

WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien, Wien, Österreich

Modul 4:

Deutsche Employer Branding Akademie, Berlin

Die genauen Termine entnehmen Sie bitte dem aktuellen Beiblatt.

KONTAKT/ANMELDUNG

Das Anmeldeformular und weitere Informationen finden Sie auf www.employerbranding.org/ebm.

Ihre Ansprechpartnerin bei Rückfragen ist:

Paula Thieme
DEBA Deutsche Employer Branding Akademie GmbH
Friedrichstraße 200
10117 Berlin
T: +49 30 800932080, F: +49 30 800932020
thieme@employerbranding.org
www.employerbranding.org

FACHLITERATUR

Alle Teilnehmer erhalten im Vorfeld des Zertifikatskurses das begleitend dazu im Haufe-Lexware-Verlag, München, erschienene „Praxishandbuch Employer Branding“ von Wolf Reiner Kriegler (November 2012).



ANBIETER

DEUTSCHE EMPLOYER BRANDING AKADEMIE

Seit Jahren der Benchmark in der Employer Branding Beratung, Forschung und Qualifizierung.

Die Deutsche Employer Branding Akademie (DEBA) berät, qualifiziert und begleitet Unternehmen auf ihrem Weg zur glaubwürdigen Arbeitgebermarke mit derselben Begeisterung, mit der sie Menschen, die sich für Employer Branding interessieren, weiterbildet und vernetzt. Die 2006 in Berlin gegründete DEBA gilt als Pionier des Employer Brandings im deutschsprachigen Raum. Mit der kombinierten Perspektive von Psychologen, Personal- und Markenexperten hat sich DEBA wie kein anderer im deutschsprachigen Raum darauf spezialisiert, Arbeitgebermarken zu entwickeln, die bei Mitarbeitern Identifikation stiften, Bewerbern Orientierung schenken, Organisationen Richtung geben und in ihrer Wirkung messbar sind.

DEBA Deutsche Employer Branding Akademie GmbH
Friedrichstraße 200
10117 Berlin

T: +49 30 800932080, F: +49 30 800932020
welcome@employerbranding.org
www.employerbranding.org



KOOPERATIONSPARTNER

WU EXECUTIVE ACADEMY DER WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN

Führungskräfteausbildung auf höchstem internationalen Niveau.

Die WU als größte Wirtschaftsuniversität Europas zählt zu den führenden Hochschulen weltweit und bündelt in der WU Executive Academy ihr Programmportfolio im Bereich „Executive Education“. Zu diesem zählen MBA- und Master-of-Laws-Programme, das Universitätsstudium Diplom Betriebswirt/-in, Universitätslehrgänge, offene Kurzprogramme und unternehmensspezifische Programme. Die WU Executive Academy gehört heute zu den führenden Weiterbildungsanbietern in Zentral- und Osteuropa. Die WU Executive Academy ist als eine von nur zwei Wirtschaftshochschulen im deutschsprachigen Raum EQUIS- und AMBA-akkreditiert und ihre Programme erzielen regelmäßig Top-Platzierungen in den führenden internationalen Rankings. Durchschnittlich 900 Graduate Students und ca. 1.200 Führungskräfte, Fachleute und High Potentials aus über 75 Ländern werden jedes Jahr in den Programmen aus- und weitergebildet. Studienreisen und Lehrgänge finden derzeit in über 15 Ländern und auf drei Kontinenten statt. Die Vortragenden sind international renommierte Professoren und Professorinnen sowie Top-Manager und Top-Managerinnen, wobei das berufsbegleitende Format der Programme effizientes, interdisziplinäres und nachhaltiges Lernen parallel zum beruflichen Alltag garantiert.

WU Executive Academy
Wirtschaftsuniversität Wien
Nordbergstraße 15, 1090 Wien
Tel.: +43 1 313364816
executiveacademy@wu.ac.at
www.executiveacademy.at

KOOPERATIONSPARTNER

EXECUTIVE EDUCATION CENTER DER TECHNISCHEN UNIVERSITÄT MÜNCHEN

Alle wichtigen und zeitgemäßen Management-Skills bietet die Executive Education der TUM School of Management. Sie ist laut Handelsblatt-Ranking vom 17.09.12 forschungsstärkste BWL-Fakultät Deutschlands und verkörpert durch ihre zahlreichen Kooperationen mit hochrangigen Unternehmen den „entrepreneurial spirit“ der Exzellenzuniversität TU München.

Das Weiterbildungsprogramm des Executive Education Centers (EEC) umfasst zwei Executive-MBA-Studiengänge, Executiv Trainings und Certificate Programs, Intensive Learnings sowie firmenspezifische Customized Programs, die maßgeschneidert nach den Bedürfnissen des jeweiligen Unternehmens und seiner Mitarbeiter entwickelt werden. Inhalte der Seminare bilden alle Themen, die für das qualifizierte Profil einer Führungskraft elementar sind: Finanzwesen und Management, Führung und Kommunikation sowie Nachhaltigkeit, Innovation und Wandel. Die Dozenten des EEC sind Professoren der TU München sowie hochrangige Praxisvertreter aus Top-Unternehmen. Grundsatz dabei ist die kompetente Vermittlung neuester Erkenntnisse aus der Grundlagenforschung in die unternehmerische Praxis.

Executive Education Center
TUM School of Management
Technische Universität München
Arcisstraße 21, 80333 München
Tel.: +49 89 28926740
www.eec.wi.tum.de

IMPRESSUM
Bildnachweise:
Seite 8: © boanet.at
Seite 12: © NO.MAD Arquitectos S. L.

HINWEIS: Obwohl aus Gründen der Lesbarkeit im Text die männliche Form gewählt wurde, beziehen sich die Angaben auf Angehörige beider Geschlechter.

Vorbehaltlich Druckfehler und Änderungen.