

2019.HS

Modulbezeichnung: Human Capital Management	
Modulkürzel	w.BA.XX.2HCM.XX
Beschreibung des Moduls	Die Studierenden gewinnen ein vertieftes Verständnis für Human Capital Management, welches ein zentraler Bestandteil einer erfolgreichen Unternehmensführung ist und zum Ziel hat, das benötigte Humankapital zum richtigen Zeitpunkt in erforderlicher Zahl optimal zum Einsatz zu bringen und das Potenzial zu nutzen, um damit Wertschöpfung zu generieren. Die Studierenden lernen dafür die drei Handlungsfelder des HCM (HC-Marketing, Performance-Management und Competence Management) kennen. Sie erweitern ihr Wissen über das Management der Unternehmenskompetenzen als Voraussetzung einer nachhaltigen Stärke im Wettbewerb und über das HC-Marketing, welches dem Unternehmen das benötigte Humankapital beschafft bzw. sichert. Im Rahmen des Performance-Managements erkennen und verstehen die Studierenden Möglichkeiten zur motivationalen Ausrichtung der Individuen und Organisationseinheiten auf die Unternehmensziele sowie den daraus resultierenden positiven Einfluss auf die Wertschöpfung. Im Competence Management wird insbesondere auf das Knowledge Management und auf die verschiedenen Formen und Instrumente der strategischen Personalentwicklung eingegangen. Ebenfalls Ziel des Moduls ist es, die engen Zusammenhänge zwischen den drei Handlungsfeldern aufzuzeigen, die für ein erfolgreiches Human Capital Management gesteuert werden müssen.
Studiengang und Vertiefungsrichtung	§ Betriebsökonomie - Accounting, Controlling, Auditing § Betriebsökonomie - Banking and Finance § Betriebsökonomie - Economics and Politics § Betriebsökonomie - General Management § Betriebsökonomie - Risk and Insurance § Wirtschaftsinformatik
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009, Anhang zur Studienordnung für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht erstmals beschlossen am 12.05.2009
Modulkategorie	Modultyp: Pflichtmodul
	Studienabschnitt: Hauptstudium
ECTS	3
Verantwortliche OE	W Zentrum für Human Capital Mgmt. Ltg.
Modulverantwortung	Elena Hubschmid-Vierheilg (hubh)
Modulverantwortung Stellvertretung	Monika Rohrer (rohe)
Spezifische Vorkenntnisse	-
Beitrag des Moduls für Learning Goals des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	§ Fachkompetenz § Methodenkompetenz § Sozialkompetenz § Selbstkompetenz
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen § Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz § Problemlösung & Kritisches Denken § Wissenschaftliche Methoden § Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren § Nutzung von Informationen § Kreativität & Innovation Sozialkompetenz § Schriftliche Kommunikation § Mündliche Kommunikation § Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten § Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz § Selbstmanagement & Selbstreflexion § Ethische & Soziale Verantwortung § Lernen & Veränderung
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... § geben breites und aktuelles Fachwissen in den Bereichen Human Capital Management wieder und verdeutlichen die Elemente des HCM sowie die Zusammenhänge zwischen diesen Elementen.

	<ul style="list-style-type: none"> § übertragen den HCM-Ansatz sowie die vermittelten Instrumente auf aktuelle oder künftige berufliche Tätigkeitsgebiete. § analysieren auf der Basis des HCM-Konzepts komplexe betriebswirtschaftliche Sachverhalte, entwickeln, beurteilen und umsetzen alternative Lösungen für betriebswirtschaftliche Fragestellungen. § können in lösungsorientierten Gruppen klar und eindeutig argumentieren, auf die Argumente anderer eingehen und gemeinsam verschiedene Lösungsvarianten erarbeiten und begründen sowie insbesondere gruppenweise erarbeitete Lösungen präsentieren. § eignen sich auf der Basis von im Modul entwickelten Lernstrategien jederzeit selbstständig neues Wissen im Bereich des Human Capital Management an und lernen eigenverantwortlich. 		
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> § Einführung in Human Capital Management: die betriebswirtschaftliche Bedeutung des HCM und Begriffsdefinitionen. § Motivation und HC-Marketing: Personalbedarfsermittlung, Employer Branding, Recruiting und Selektion, HC-Analytics. § Performance Management: Management by Objectives, Personalbeurteilung, Total Reward und Personalentlohnung, Organisationale Gerechtigkeit. § Competence Management: Wissensmanagement, Bedarfsermittlung Kompetenzen, strategische Personalentwicklung. 		
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:		
	w.BA.XX.2BWL-BO.XX		
	w.BA.XX.2LU.XX		
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> § Lehrvortrag § Lehrgespräch § Anwendungsaufgaben § Fallstudien § Übungen § Problemorientierter Unterricht § Projektarbeit § Forschendes Lernen § Literaturstudium 	Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> § Einzelarbeit § Partnerarbeit § Gruppenarbeit 	
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> § Reader § Lehrvideos § Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) § Fallstudien (inkl. Lösungen) § (Multiple-Choice)-Tests 		
Unterrichtsgliederung	Kontaktstudium	Begleitetes Selbststudium	Autonomes Selbststudium
	Grossklasse	28 h	35 h
	Kleinklasse	-	-
	Gruppenunterricht	-	-
	Praktikum	-	-
	Seminar	-	-
	Total	28 h	35 h
			27 h
Leistungsnachweise			
	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)
	Schriftliche Prüfung	closed book	60
	Hilfsmittel	kein Taschenrechner	mit Diktionsär
	Andere	Bewertung	Dauer (Min.)
	Group Paper und Präsentation	Note	10
			30,00 %
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	Präsenzpflcht bei Gruppenpräsentationen: 100% Anwesenheit bei Referaten von Studierenden in den zwei letzten Unterrichtswochen. Unentschuldigte Absenzen führen zu einem Nichtbestehen des Moduls.		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Pfichtliteratur	§ Texte zu Human Capital Management gem. Semesterprogramm		
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none"> § Meyer-Ferreira, P. (2015). Human Capital strategisch einsetzen. Neue Wege zum Unternehmenserfolg. 2. Auflage. Köln: Wolters Kluwer Luchterhand. ISBN 978-3-472-08659-8. § Armstrong, M. & Taylor, S. (2014). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. 13. Auflage. London, Philadelphia, New Delhi: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-6964-1. § Gmür, M. & Thommen, J. (2014). Human Resource Management. 4. Auflage. Zürich: Versus. ISBN 978-3-03909-168-3. 		
Bemerkungen	Group Paper und Präsentation (Gewichtung 30%) der Endnote. MEP (Gewichtung 70%) der Endnote.		