



AKADEMIA MORSKA W GDYNI
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	MARKA PRACODAWCY W PRAKTYCE INNOWACYJNYCH PRZEDSIĘBIORSTW EMPLOYER BRANDING IN THE PRACTICE OF THE INNOVATIVE ENTERPRISES
			w jęz. angielskim	

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Menedżer Innowacji
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Forma studiów	niestacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	zaliczenie

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	2					9	9		
Razem w czasie studiów						18			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, w tym marketingu personalnego oraz podstawowa wiedza z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem

Cele przedmiotu

Celem ogólnym przedmiotu jest przedstawienie wiodących zagadnień z zakresu kształtowania i doskonalenia marki pracodawcy w praktyce innowacyjnych przedsiębiorstw funkcjonujących na współczesnym rynku.

Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)

Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	Rozumie i objaśnia wizerunek pracodawcy.	K_W04; K_W05; K_U06; K_K01
EKP_02	Potrafi analizować i ocenić wewnętrzny i zewnętrzny wizerunek firmy jako pracodawcy.	K_W02; K_W04; K_U06; K_K08
EKP_03	Zna i potrafi wykorzystać odpowiednie instrumentarium w celu efektywnego budowania wizerunku firmy jako pracodawcy.	K_W04; K_W05; K_U06; K_U07; K_K03; K_K07
EKP_04	Identyfikuje i rozumie współczesne wyzwania i problemy budowania wizerunku firmy jako pracodawcy.	K_W04; K_W05; K_U07; K_K08

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Marka pracodawcy – geneza i rozwój koncepcji	1	1			EKP_01
Rodzaje i modele <i>employer branding</i> – omówienie wybranych koncepcji	1	1			EKP_01; EKP_02
Kształtowanie unikalnej oferty pracodawcy. Charakterystyka wybranych korzyści.	1	1			EKP_01; EKP_02; EKP_04
Przywództwo i komunikacja wewnętrzna a budowanie marki pracodawcy	1	1			EKP_02; EKP_03; EKP_04
Systemy motywacyjne, szkolenia i programy rozwojowe a kształtowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy.	1	1			EKP_02; EKP_03; EKP_04
Wizerunek marki pracodawcy a skuteczność rekrutacji zewnętrznej.	1	1			EKP_02; EKP_03; EKP_04
Nowe pokolenia na rynku pracy jako wyzwanie dla współczesnego pracodawcy.	1	1			EKP_03; EKP_04
Narzędzia budowania marki pracodawcy.	2	2			EKP_02; EKP_03
Łącznie godzin	9	9			

Metody weryfikacji efektów kształcenia dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	X								
EKP_02	X								X
EKP_03	X								X
EKP_04	X								X

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie wykładów: Test pisemny (co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia)
Zaliczenie ćwiczeń: zaliczone zadania do rozwiązania w grupach (60% punktów możliwych do zdobycia)
Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną: $Z + ZG$ (Z – Zliczenie; ZG - zadanie w grupach)
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	9	9		
Czytanie literatury	10	10		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		5		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	10			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2	2		
Udział w konsultacjach	2	2		
Łącznie godzin	33	28		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	61			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	28		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	26		1	

Literatura podstawowa

Dąbrowska J., *Employer branding. Marka pracodawcy w praktyce*, Wyd. Słowa i Myśli, Lublin-Warszawa 2014
Gołaszewska-Kaczan U. (red.) *Czas na EB. Employer Branding & Corporate Social Responsibility*, Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2009
Grobelna A., Dębski M., Górska-Warsewicz H., *Marka jako źródło kształtowania konkurencyjności w branży turystycznej*, Wyd. Difin, Warszawa 2017
Kozłowski M., *Employer branding. Budowanie wizerunku pracodawcy krok po kroku*, Wyd. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012
Wojtaszczyk K., *Employer branding czyli zarządzanie marką pracodawcy. Uwarunkowania, procesy, pomiar*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012

Czasopisma

Personel i Zarządzanie
Harvard Business Review

Literatura uzupełniająca

Backhaus K., Tikoo S., *Conceptualizing and researching employer branding*, *Career Development International*, 9 (5), 2004, s. 501-517
Fox J.J., *Jak być wielkim szefem*, Oficyna wydawnicza „Vocatio”, Warszawa 2002
Kantowicz-Gdańska M., *Employer branding - kwestie definicji i modelu*, *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, Nr 6, 2009, s. 55-65
Kall J., *Silna marka. Istota i kreowanie*, PWE, Warszawa 2001
Martin G., *Employer branding – time for some long and ‘hard’ reflections?*, [w:] *Employer branding The latest fad or the future for HR?*, *Research insight*, Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD), London 2008, s. 18-23

Osoba odpowiedzialna za przedmiot**Pozostałe osoby prowadzące przedmiot**

dr Aleksandra Grobelna; dr Edyta Spodarczyk

KEU
KEU