



KARTA PRZEDMIOTU

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

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 uczenia się dla przedmiotu (EKP)

Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	Rozumie i objaśnia wizerunek pracodawcy.	NK_W04; NK_W05; NK_U06; NK_K01
EKP_02	Potrafi analizować i ocenić wewnętrzny i zewnętrzny wizerunek firmy jako pracodawcy.	NK_W02; NK_W04; NK_U06; NK_U12
EKP_03	Zna i potrafi wykorzystać odpowiednie instrumentarium w celu efektywnego budowania wizerunku firmy jako pracodawcy.	NK_W04; NK_W05; NK_U06; NK_U07; NK_U13; NK_K05
EKP_04	Identyfikuje i rozumie współczesne wyzwania i problemy budowania wizerunku firmy jako pracodawcy.	NK_W04; NK_W05; NK_U07; NK_U12

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 uczenia się 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		7		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	12			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	2	4		
Łącznie godzin	35	30		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	65			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	26		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	29		1	

Literatura podstawowa
Dąbrowska J., <i>Employer branding. Marka pracodawcy w praktyce</i> , 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., Górską-Warsewicz H., *Marka jako źródło kształtowania konkurencyjności w branży turystycznej*, Wyd. Difin, Warszawa 2017
 Kall J., *Silna marka. Istota i kreowanie*, PWE, Warszawa 2001
 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
 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	
dr inż. Aleksandra Grobelna	KZiE
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
dr Edyta Spodarczyk, dr Marzena Wanagos	KZiE, KZiE