

**Sylabus przedmiotu (modułu) na Wydziale Zarządzania
Wyższej Szkoły Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni
w roku akademickim 2021/22**

1. Informacje o przedmiocie (module) według *Planu studiów* na kierunku: Zarządzanie

Wypełnia kierownik katedry/zakładu

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie marką pracodawcy						Kod przedmiotu: E3.6.			
Poziom i forma studiów: Studia I stopnia		Profil kształcenia: PRAKTYCZNY				Zakres specjalnościowy: Zarządzanie Kapitałem Ludzkim			
Rok: III semestr: 6		Status przedmiotu /modułu: specjalnościowy				Język przedmiotu / modułu: polski			
Forma zajęć	Wykłady	ćwiczenia			Łącznie godzin dydaktycz.	Konsultacje	Liczba punktów ECTS		
		ćwiczenia audytoryjne	zajęcia laboratoryjne	seminarium			Zajęcia kontaktowe	Praca samodzielna	Łącznie pkt.
Wymiar zajęć Studia stacjonarne	-	15	-	-	15	2	0,6	0,4	1,0
w tym zajęć praktycznych	-	15	-	-	15	2	0,6	0,4	1
Wymiar zajęć Studia niestacjonarne	-	15	-	-	15	2	0,6	0,4	1,0
w tym zajęć praktycznych	-	15	-	-	15	2	0,6	0,4	1
Sposób zaliczenia przedmiotu	Zaliczenie ocena								
Koordinator przedmiotu / modułu	dr Anna Białk-Wolf								
Prowadzący zajęcia	dr Jacek Kotarbiński								
Priorytetowe efekty uczenia się określone w programie studiów dla kierunku		W_02, U_01, K_04							

2. Zadania nauczyciela

Celem przedmiotu jest nauczanie i doskonalenie kluczowych elementów związanych zarządzaniem marki pracodawcy poprzez przedstawienie jej genezy, uwarunkowań, praktycznych przykładów oraz metod pomiaru.

Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się - przedmiotowe	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku Zarządzanie
Wiedza		

W_01	W zaawansowanym stopniu zna oraz rozumie metody i narzędzia stosowane w zarządzaniu marką pracodawcy	Z_W02		
Umiejętności				
U_01	Potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne w obszarze budowania marki pracodawcy i wizerunku pracodawcy	Z_U01		
Kompetencje społeczne				
K_01	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w budowaniu wizerunku pracodawcy, rozwiązywaniu problemów wizerunkowych oraz zasięgania opinii ekspertów	Z_K04		
Tematy poszczególnych zajęć z podziałem na liczbę godzin				
ĆWICZENIA (zajęcia kształtujące umiejętności o charakterze praktycznym) 1. Przegląd uwarunkowań employer branding 1h 2. Analiza zmian w podejściu do zarządzania zasobami ludzkimi 2h 3. Funkcje i narzędzia employer branding 3h 4. Skala wykorzystania employer branding – analiza przypadków 4h 5. Pomiar siły employer brand 3h 6. Budowanie marki pracodawcy w Internecie 2h				
Metody prowadzenia zajęć	Prezentacje multimedialne, studia przypadków, dyskusja, studiowanie literatury, pobudzanie przez prowadzącego studentów do aktywnego udziału w zajęciach.			
Literatura obowiązkowa	1. Mateusz Grzesiak, Personal branding, czyli jak skutecznie zbudować autentyczną marką osobistą, Onepress 2019 2. Katarzyna Wojtaszczyk, Employer branding czyli zarządzanie marką pracodawcy, Uwarunkowania, procesy, pomiar, Wydanie: Łódź, 1, 2012, Wydawca: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 3. Alicja Winnicka-Wejs i Aleksandra Pietruszka, <i>Kształtowanie employer branding na polskim rynku pracy–przykłady</i> , ORGANIZACJA I ZARZĄDZANIE (2015): 231.			
Literatura uzupełniająca	1 Monika Kantowicz-Gdańska, <i>Employer branding–kwestie definicji i modelu</i> . Zarządzanie zasobami ludzkimi 6 (2009): 55-65. 2 Tomasz Dryl, <i>Czas na EB, czyli zaufanie do marki przedsiębiorstwa w kontekście zarządzania marką pracodawcy</i> Zarządzanie i Finanse, vol. 2 / 2014, 2014 3 Emilia Pietrzak, <i>Wpływ koncepcji i pozycji marki produktu na proces budowania marki pracodawcy</i> , Strategie budowania marki i rozwoju handlu. Nowe trendy i wyzwania dla marketingu, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2020.			
Końcowa ocena wyników pracy studenta nad przedmiotem wymaga syntezy osiągniętych przez niego efektów				
3. Zadania i czas <u>SAMODZIELNEJ</u> pracy studenta				
Wyszczególnienie zadań	Liczba godzin		Punkty ECTS	
	st.	ns.	st.	ns.
Zadania o charakterze teoretycznym	5	5	0,2	0,2
Przygotowanie do zajęć	5	5	0,2	0,2
Zadania kształtujące umiejętności praktyczne	5	5	0,2	0,2

Opracowanie lub optymalizacja koncepcji zarządzania marką pracodawcy	5	5	0,2	0,2
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz. i pkt. ECTS	10	10	0,4	0,4
4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta				
Symbol efektu uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się			
K_01	Dyskusja podczas zajęć			
U_01	Aktywność studenta na zajęciach, udział w dyskusji, przygotowanie prezentacji, rozwiązywanie przykładów praktycznych			
W_01	Dyskusja na wykładach			

Podstawowe kryteria oceny końcowej:

Ocena końcowa wynika z przygotowania projektu zespołowego polegającego na opracowaniu praktycznego pomysłu nowej koncepcji lub optymalizacji istniejącej związanej z zarządzaniem marką pracodawcy (50%) oraz bieżącej pracy na zajęciach (50%).

Kryteria oceniania: 95-100% - 5,5; 81-94% - 5; 74-80% - 4,5; 66-73% - 4; 58-65% - 3,5; 51-57% - 3; 0-50% - 2.