

Nazwa zajęć: Kreowanie wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego pracodawcy		Creating the internal and external of employer branding	
Kierunek: Zarządzanie			Obowiązuje od roku ak. 2022/2023
Poziom: II st. magisterski	Profil: Praktyczny	Grupa zajęć: Specjalnościowe	
Semestr: 2	Forma zaliczenia: Z - zaliczenie na ocenę	Punkty ECTS: 3	Zajęcia do wyboru: Tak
Forma zajęć i liczba godzin na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych:			Język zajęć: Polski
Wykład 15 / 8	Cwiczenia 15 / 8	Suma godzin: 30 / 16	
Specjalność: Zarządzanie zasobami ludzkimi			
Nazwiska osób odpowiedzialnych za zajęcia: mgr Weronika Zięta			
Opis zajęć: Przedmiot umożliwia studentom poznanie idei oraz mechanizmów budowania wizerunku pracodawcy (employer branding) rozumianego jako całokształt działań podejmowanych przez organizację i skierowanych na obecnych oraz potencjalnych pracowników, zorientowanych na budowanie jej pozytywnego wizerunku jako atrakcyjnego pracodawcy.			
Cele dydaktyczne:			
Celem kształcenia jest przekazanie studentom wiedzy i umiejętności zgodnych z najnowszymi trendami w obszarze działań ukierunkowanych na budowanie pozytywnego wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego pracodawcy.			
Przekazanie wiedzy dotyczącej specjalistycznych metod i technik oraz narzędzi analitycznych wykorzystywanych w budowaniu wewnątrz i			
Rozwinięcie umiejętności analizowania potrzeb wizerunkowych pracodawcy oraz oceny efektów prowadzonych działań z zakresu employer branding			
Wyposażenie studentów w kompetencje umożliwiające aplikowanie na stanowiska związane z posiadaną wiedzą i umiejętnościami.			
Metody dydaktyczne:			Metody oceniania:
MP1	wykład informacyjny		MO1
MP2	praca ze źródłem drukowanym		praca projektowa
MP3	studium przypadku		
MC1	ćwiczenie praktyczne		
MS1	dyskusja dydaktyczna		
MS2	wykład problemowy		
MS3	metoda sytuacyjna		

Wykład

W1	Fundamenty budowania wizerunku pracodawcy - początki i ewolucja idei employer branding
W2	Kierunek zmian i najnowsze trendy w budowaniu wizerunku pracodawcy
W3	Wewnętrzny i zewnętrzny employer branding
W4	Tworzenie strategii employer branding
W5	Budowanie Employee Value Proposition (EVP)
W6	Planowanie i realizacja kampanii budowania pozytywnego wizerunku pracodawcy
W7	Narzędzia i kanały realizacji działań w ramach employer branding
W8	Pomiar i ocena działań z zakresu budowania wizerunku pracodawcy

Ćwiczenia

C1	Cele działań i grupy docelowe w zakresie budowania wizerunku pracodawcy
C2	Plan strategiczny wdrożenia działań employer branding
C3	Diagnoza Employee Value Proposition (EVP) - określenie elementów przewagi konkurencyjnej
C4	Dobór narzędzi w zakresie budowania wewnętrznego i zewnętrznego wizerunku pracodawcy
C5	Ustalenie mierników i wskaźników w zakresie employer branding
C6	Kanały komunikacji z odbiorcami
C7	Strategia budowania wewnętrznego i zewnętrznego wizerunku pracodawcy
C8	Projektowanie kampanii employer brandingowej
C9	Zarządzanie projektem employer branding w wybranym obszarze

Literatura podstawowa

1 U. Zająć-Pałdyna, Employer branding po polsku, Onepress 2020.
2 J.Dąbrowska, Employer branding: marka pracodawcy w praktyce, Wydawnictwo Słowa i Myśli, Warszawa 2016.

Literatura uzupełniająca

1 Z.Machnicka, Lepszy pracodawca. Jak autentyczny employer branding zmienia biznes rynek pracy i ludzi, OnePress, Warszawa 2020.
2 M. Kozłowski, Employer branding. Budowanie wizerunku pracodawcy krok pokroku, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.

Źródła dodatkowe

1 Raporty Employer Branding w Polsce, HRM Institute

Warunki zaliczenia

Studenci w ramach zaliczenia przedmiotu mają za zadanie przygotować grupowy projekt, obejmujący złożony z elementów nawiązujących do tematyki zajęć.

Przykłady pytań zaliczeniowych

Obciążenie pracą studenta

Studia stacjonarne/niestacjonarne

Forma pracy studenta	Wykład	Ćwiczenia		Suma
----------------------	--------	-----------	--	------

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	15 g	8 g	15 g	8 g		30 g	16 g
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	10 g	12 g				10 g	12 g
Przygotowanie się do zajęć			10 g	15 g		10 g	15 g
Przygotowanie się do kolokwium							
Realizacja zadanych ćwiczeń i zadań			10 g	12 g		10 g	12 g
Przygotowanie sprawozdania z ćwiczeń							
Przygotowanie projektu / pracy			15 g	20 g		15 g	20 g
Przygotowanie się i udział w egzaminie							
	25 g	20 g	50 g	55 g		75 g	75 g

Efekty uczenia się	KEK	Treści kształcenia	Metody dydaktyczne	M. oceniania
Wyjaśnia pojęcia związane ze budowaniem pozytywnego wizerunku pracodawcy	K_W01	W1-W8	MP1, MP2, MP3, MS2	MO1
Rozumie zasady funkcjonowania organizacji i istotę employer branding w podnoszeniu atrakcyjności organizacji jako pracodawcy.	K_W02	W1-W8	MP1, MP2, MP3, MS1, MS2, MS3, MC1	MO1
Wymienia i stosuje współczesne metody i techniki oraz narzędzia analityczne wykorzystywane w obszarze employer branding.	K_W03	W5-W8 C3-C5	MP1, MP2, MP3, MS1, MS2, MS3, MC1	MO1
Wyjaśnia przyczyny występowania negatywnych i pozytywnych zachowań pracowników związanymi z zaangażowaniem w budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy.	K_W05	W1-W8 C1-C9	MP1, MP2, MP3, MS1, MS2, MS3, MC1	MO1
Identyfikuje oraz interpretuje działania zmierzające do budowania strategii wizerunkowej organizacji, w tym m.in. planowania kampanii budowania pozytywnego wizerunku pracodawcy.	K_U01	W5-W8 C1-C3, C7-C8	MP1, MP2, MP3, MS1, MS2, MS3, MC1	MO1
Pozyskuje informacje z zakresu budowania wizerunku pracodawcy do rozwiązywania problemów wizerunkowych współczesnych organizacji.	K_U02	W1-W8 C1-C9	MP1, MP2, MP3, MS1, MS2, MS3, MC1	MO1
Dokonuje doboru technik informacyjno-komunikacyjnych oraz mediów społecznościowych w budowaniu działań wizerunkowanych pracodawcy.	K_U03	C4,C6,C8-C9	MC1, MS1, MS3	MO1

Konstruuje adekwatną do założeń metodę/metody budowania wizerunku pracodawcy oraz dokonuje doboru narzędzi	K_U04	C3-C5	MC1, MS1, MS3	MO1
Identyfikuje poziom swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę stałego doskonalenia zawodowego w zakresie budowania wizerunku	K_U14	W1-W8 C1-C9	MP1, MP2, MP3, MS1, MS2, MS3, MC1	MO1
Dokonuje krytycznej oceny pozyskanej wiedzy z zakresu budowania wizerunku pracodawcy.	K_K01	W1-W8	MP1, MP2, MP3, MS2	MO1
Wykazuje aktywność w pracach grupowych w zakresie planowania strategii wizerunkowej organizacji, opracowywania obszarowej kampanii employer brandingowej oraz projektowaniu narzędzi pomiaru i oceny działań wizerunkowych pracodawcy.	K_K04	C1-C9	MC1, MS1, MS3	MO1
Docenia poczucie odpowiedzialności za rezultaty podejmowanych decyzji w procesie inicjowania i planowania działań w zakresie budowania pozytywnego wizerunku pracodawcy.	K_K07	C1-C9	MC1, MS1, MS3	MO1