

Nazwa zajęć: Budowanie wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego pracodawcy #ADR!					
Kierunek: Zarządzanie					Obowiązuje od roku ak. 2020/2021
Poziom: II st. magisterski		Profil: Praktyczny		Grupa zajęć: Kierunkowe	
Semestr: 2	Forma zaliczenia: E - egzamin	Punkty ECTS: 6		Zajęcia do wyboru: Nie	Język zajęć: polski
Forma zajęć i liczba godzin na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych:					
Wykład 30 / 16		Ćwiczenia 30 / 20		Suma godzin: 60 / 36	
Specjalność:					
Nazwiska osób odpowiedzialnych za zajęcia: dr Rafał Borkowski					
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 wewnętrznej i zewnętrznej wizerunku pracodawcy.					
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	MS4	dyskusja dydaktyczna	MO1	przygotowanie do zajęć
MP2	praca ze źródłem drukowanym	ME1	film	MO2	egzamin pisemny
MP3	studium przypadku				
MC1	ćwiczenie praktyczne				
MS1	wykład problemowy				
MS2	burza mózgów				
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	H.F.Rosenbluth, Po drugie klient zadzwoleni pracownicy gwarancją sukcesu firmy, Wolters Kluwer, Warszawa 2020.
2	M.Kampioni-Zawadka, Employer branding na polskim rynku pracy, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2018.
3	J.Dąbrowska, Employer branding: marka pracodawcy w praktyce, Wydawnictwo Słowa i Myśli, Warszawa 2016.
4	M. Kozłowski, Employer branding. Budowanie wizerunku pracodawcy krok po kroku, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.
5	K.Wojtaszczyk, Employer branding czyli zarządzanie marką pracodawcy, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012.

Literatura uzupełniająca

1	Z.Machnicka, Lepszy pracodawca. Jak autentyczny employer branding zmienia biznes rynek pracy i ludzi, OnePress, Warszawa 2020.
2	Raport Employer branding w trakcie kryzysu i po nim, Gojkowska.com, Warszawa 2020.
3	Raport Employer branding w Polsce 2018, HRM Institute, Warszawa 2019.
4	Raport Cała Polska tworzy idealne miejsce pracy, Ernst & Young (EY), Warszawa 2018.
5	M.Gojtowska, Candidate experience. Jeszcze kandydat, czy już klient, Wolters Kluwer, Warszawa 2018.
6	www.markapracodawcy.pl
7	https://ebinstitute.com/

Źródła dodatkowe

1	https://www.youtube.com/watch?v=NOSJvBAMyMY
2	https://www.youtube.com/watch?v=5j7KjG8TB-k
3	https://www.youtube.com/watch?v=oDpe4M9xSLw
4	https://www.youtube.com/watch?v=tp5zjjM51B4

5 https://www.youtube.com/watch?v=Sv5dz_g6XBc

6 <https://www.youtube.com/watch?v=iXnFGFXpc-E>

Warunki zaliczenia

Egzamin obejmujący część teoretyczną (w formie testu z pytaniami zamkniętymi jednokrotnego wyboru) oraz praktyczną (w formie zadań opisowych/casów do rozwiązania). Zdanie egzaminu uprawnia do uzyskania kwalifikacji rynkowej w tym zakresie.

Przykłady pytań zaliczeniowych

Obciążenie pracą studenta

Studia stacjonarne/niestacjonarne

Forma pracy studenta	Wykład		Ćwiczenia				Suma	
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	30 g	16 g	30 g	20 g			60 g	36 g
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	8 g	10 g	5 g	6 g			13 g	16 g
Przygotowanie się do zajęć	8 g	10 g	6 g	11 g			14 g	21 g
Przygotowanie się do kolokwium								
Realizacja zadanych ćwiczeń i zadań			20 g	25 g			20 g	25 g
Przygotowanie sprawozdania z ćwiczeń								
Przygotowanie projektu / pracy								
Przygotowanie się i udział w egzaminie	8 g	12 g	10 g	15 g			18 g	27 g
	54 g	48 g	71 g	77 g			125 g	125 g

Efekty uczenia się	KEK	Treści kształcenia	Metody dydaktyczne	M. oceniania
Wyjaśnienia pojęcia związane ze budowaniem pozytywnego wizerunku pracodawcy	K_W01	W1-W8	MP1,MP2,MP3, MS1,MS4	MO1,MO2
Rozumie zasady funkcjonowania organizacji i istotę employer branding w podnoszeniu atrakcyjności organizacji jako pracodawcy.	K_W02	W1-W8	MP1,MP2,MP3, MS1,MS2,MS3,MS4	MO1,MO2
Wymienia i stosuje współczesne metody i techniki oraz narzędzia analityczne wykorzystywane w obszarze employer branding.	K_W03	W5-W8 C3-C5	MP1,MP2,MP2, MC1, MS1, MS2,MS3, MS4	MO1,MO2
Wyjaśnienia przyczyny występowania negatywnych i pozytywnych zachowań pracowników związanymi z zaangażowaniem w budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy.	K_W05	W1-W8 C1-C9	MP1, MP3, MC1, MS2,MS3,MS4, ME1	MO1,MO2

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, MC1, MS1,MS2,MS3,MS4	MO1,MO2
Pozyskuje informacje z zakresu budowania wizerunku pracodawcy do rozwiązywania problemów wizerunkowych współczesnych organizacji.	K_U02	W1-W8 C1-C9	MP1,MP2,MP3, MC1, MS1,MS2,MS3,MS4	MO1,MO2
Dokонуje doboru technik informacyjno-komunikacyjnych oraz mediów społecznościowych w budowaniu działań wizerunkowanych pracodawcy.	K_U03	C4,C6,C8-C9	MC1	MO1,MO2
Konstruuje adekwatną do założeń metodę/metody budowania wizerunku pracodawcy oraz dokonuje doboru narzędzi umożliwiających pomiar i ocenę działań z zakresu	K_U04	C3-C5	MC1	MO1,MO2
Identyfikuje poziom swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę stałego dokształcania zawodowego w zakresie budowania wizerunku pracodawcy.	K_U14	W1-W8 C1-C9	MP1,MP2,MP3, MC1, MS1,MS2,MS3,MS4	MO1,MO2
Dokonuje krytycznej oceny pozyskanej wiedzy z zakresu budowania wizerunku pracodawcy.	K_K01	W1-W8	MS1,MS2,MS4	MO1,MO2
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	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	MO1