

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Employer Branding & Outplacement , PG_00156004						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2024/2025		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	niestacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	1		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	2		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Organizacji i Zarządzania -> Zakład Zarządzania Zasobami Ludzkimi						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Joanna Litwin				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	10		16.0		24.0	50
Cel przedmiotu	Przygotowanie studentów do zrozumienia nowych procesów w zakresie budowania wizerunku i marki pracodawcy w oparciu o zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Przedstawienie uwarunkowań, metod i narzędzi kreowania marki organizacji zarówno w procesie pozyskiwania pracowników, jak i zwolnień monitorowanych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZMU2_W04] Ma rozszerzoną wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa, jego czynników i zachodzących w tym obszarze zmian, a także na temat relacji, znaczenia i wpływu otoczenia i interesariuszy na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Posiada szeroką wiedzę w zakresie narzędzi diagnozowania makro- i mikrootoczenia.	Zna powiązania i zależności pomiędzy obszarami funkcjonalnymi organizacji oraz potrafi ustalić ich wpływ na decyzje podejmowane w zakresie tworzenia strategii employer branding'u i outplacementu.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[ZARZMU2_U07] Potrafi wyszukiwać szczegółowe informacje w procesie podejmowania racjonalnych i złożonych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach.	Potrafi ustalić, znaleźć i przeanalizować informacje pochodzące z różnych obszarów funkcjonalnych organizacji niezbędne dla opracowania adekwatnej strategii employer branding'owej i outplacementu. Zna powiązania i zależności pomiędzy teoretycznymi i praktycznymi elementami z zakresu zarządzania zespołem; wiedzę tę wykorzystuje w pracy menedżera i/lub w realizacji prac artystycznych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZMU2_W11] Zna i rozumie w sposób pogłębiony zasady pozyskiwania i wykorzystania różnego rodzaju zasobów w realizacji celów rozwojowych przedsiębiorstwa.	Zna powiązania i zależności pomiędzy teoretycznymi i praktycznymi elementami z zakresu employer branding'u i outplacementu.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[ZARZMU2_U04] Potrafi w sposób kreatywny zastosować zdobytą wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości w praktyce zawodowej.	Umie znaleźć adekwatną strategię postępowania w trakcie przygotowania i tworzenia efektywnej strategii employer branding'owej w organizacji oraz prowadzenia analiz koniecznych dla jej wdrożenia.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
Treści przedmiotu	[ZARZMU2_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki. Potrafi inspirować innych do nauki.	Jest otwarty na poszerzanie wiedzy w zakresie employer branding'u i outplacementu. Ma świadomość deprecjacji wiedzy w czasie oraz konieczności poszukiwania powiązań i wpływu innych dyscyplin na te obszary.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SK5] realizacja zadania problemowego
	1. Istota, geneza i uwarunkowania Employer Brandingu. 2. Rodzaje i narzędzia EB. 3. Interesariusze EB. 4. Strategia EB modele, zasady i etapy tworzenia. 5. Istota, cele i uwarunkowania zwolnień monitorowanych. 6. Funkcje i uwarunkowania wdrażania procesu Outplacementu. 7. Metody realizacji celów Outplacementu.		
	Wiedza z zakresu uwarunkowań, metod i narzędzi realizacji podstawowych funkcji zarządzania zasobami ludzkimi.		
	Wymagania wstępne i dodatkowe		
	Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się		
Zalecana lista lektur	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Kolokwium (pytania otwarte)	51.0%	100.0%
	Podstawowa lista lektur	1. Armstrong M., Zarządzanie Zasobami Ludzkimi, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2016. 2. Buglewicz K., Społeczna odpowiedzialność biznesu, PWE, Warszawa, 2017. 3. Kozłowski M., Employer branding. Budowanie wizerunku pracodawcy krok po kroku, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2016. 4. Berg-Peer J., Outplacement w praktyce, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2004.	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Baruk A.I., Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku firmy. Difin, Warszawa 2006. 2. Dąbrowska J., Employer branding. Marka pracodawcy w praktyce. Wyd. Słowa i Myśli, Warszawa 2014. 3. Rudnicka A., CSR - doskonalenie relacji społecznych w firmie, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2012.	
Adresy eZasobów		Adresy na platformie eNauczanie:	

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	1. Opisz etapy budowania strategii employer branding'owej. 2. Przedstaw narzędzia wykorzystywane do realizacji wewnętrznego i zewnętrznego outplacementu.
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.