Marketing personalny - opis przedmiotu

Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu	Marketing personalny
Kod przedmiotu	04.7-WZ-EkoP-MP
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Ekonomia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie

Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	• dr inż. Hanna Bortnowska

Formy zajęć

Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Egzamin
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie z problematyką z zakresu rozpoznawania „klienta wewnętrznego” w organizacji oraz uwarunkowaniami metody zarządzania pracownikami poprzez marketing personalny.

Wymagania wstępne

Zaliczenie na min. dostateczną z przedmiotu Podstawy marketingu realizowanego w semestrze I.

Zakres tematyczny

Wykłady: Istota marketingu wewnętrznego i rola „klientów wewnętrznych”. Model zarządzania marketingiem wewnętrznym na tle innych modeli marketingu personalnego. Elastyczny czas pracy. Modele procesów zarządzania szkoleniem i karierami zawodowymi „klientów wewnętrznych”. Zarządzanie procesem derekrutacji pracowników poprzez outplacement.

Ćwiczenia: Analiza definicji marketingu wewnętrznego i roli „klientów wewnętrznych” w organizacji. Możliwości kształtowania wizerunku przedsiębiorstwa jako dobrego pracodawcy. Badanie potrzeb i satysfakcji „klientów wewnętrznych” (dodatkowo: przygotowanie projektu). Zarządzanie szkoleniem i karierami zawodowymi „klientów wewnętrznych”. Analiza możliwości zarządzania procesem derekrutacji pracowników poprzez outplacement.

Metody kształcenia

Wykład – prezentacja multimedialna, dyskusja grupowa

Ćwiczenia - praca w grupach, dyskusja grupowa, praca z tekstem (analiza wybranej literatury przedmiotu), case study, udział w projekcie – praca z tekstem

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student charakteryzuje modele elastycznego czasu pracy	• K_W01 • K_W15 • K_U04 • K_U06	• aktywność w trakcie zajęć • egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • kolokwium	• Wykład • Ćwiczenia
Student potrafi stworzyć przykładowy kwestionariusz ankiety służący zbadaniu satysfakcji z pracy „klientów wewnętrznych”.	• K_W01 • K_W09 • K_W15 • K_U02 • K_U03	• aktywność w trakcie zajęć • projekt	• Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student dobiera działania z zakresu marketingu personalnego	• K_W01 • K_W15 • K_U06 • K_K04	• aktywność w trakcie zajęć • egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • kolokwium • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Wykład • Ćwiczenia
Student tłumaczy, jak można kształtować wizerunek dobrego pracodawcy	• K_W01 • K_W15 • K_U06 • K_K04	• aktywność w trakcie zajęć • egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • kolokwium	• Wykład • Ćwiczenia
Student zna etapy procesów: zarządzania szkoleniem i karierami zawodowymi „klientów wewnętrznych", a także derekrutacji pracowników poprzez outplacement.	• K_W01 • K_W07 • K_W15 • K_U03 • K_U06 • K_K04	• aktywność w trakcie zajęć • egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • kolokwium	• Wykład • Ćwiczenia
Student jest zdolny do rozpoznawania potrzeb zawodowych pracowników – „klientów wewnętrznych".	• K_W01 • K_W09 • K_W15 • K_U02 • K_U03	• aktywność w trakcie zajęć	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Warunki zaliczenia ćwiczeń: kolokwium zaliczeniowe obejmujące swoją tematyką treści realizowane podczas wykładów oraz ćwiczeń; pytania otwarte z progami punktowymi. Student może uzyskać łącznie 10 pkt, w tym: ocenę dostateczną od 5,0 pkt; ocenę dostateczną plus od 7,0 pkt; ocenę dobrą od 8,0 pkt; ocenę dobrą plus od 9.0 pkt i bardzo dobrą od 9,5 pkt (K_W01, K_W04, K_W05, K_W06, K_U01, K_U03, K_U04, K_K01, K_K02, K_U03, K_U06); projekt z kryteriami oceny dotyczącymi konstrukcji pytań oraz wyników przeprowadzonych badań własnych (K_W01, K_W05, K_W06, K_U01, K_U10, K_K03, K_K06).

Warunki zaliczenia dla wykładów: praca pisemna – pytania otwarte z progami punktowymi. Student może uzyskać łącznie 10 pkt, w tym: ocenę dostateczną od 5,0 pkt; ocenę dostateczną plus od 7,0 pkt; ocenę dobrą od 8,0 pkt; ocenę dobrą plus od 9.0 pkt i bardzo dobrą od 9,5 pkt. (K_W01, K_W04, K_W05, K_W06, K_U01, K_U03, K_U04, K_K01, K_K02, K_U03, K_U06).

Literatura podstawowa

1. Biesaga-Słomczewska E., Iwińska-Knop K., Marketing wewnętrzny we współczesnej organizacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2018.
2. Baruk A.I., Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku firmy, Warszawa, Difin, 2006.
3. Schwan K., Seipel K.G.: Marketing kadrowy, Warszawa, CH Beck, 1997.
4. Zbiegień-Maciąg L.: Marketing personalny, Warszawa, Wydawnictwo Business Press, 1996.

Literatura uzupełniająca

1. Olsztyńska A.: Marketing wewnętrzny w przedsiębiorstwie, Poznań, Wyd. AE w Poznaniu, 2005.
2. Czasopismo „Personel i Zarządzanie", „Zarządzanie zasobami ludzkimi"

3. Stankiewicz J., Bortnowska H.: Zarządzanie karierami zawodowymi zwalnianych pracowników (w świetle wyników badań), „Management Forum", 2015, Vol. 3 No. 3.

4. Bortnowska H. , Stankiewicz J.. Outplacement w praktyce lubuskich przedsiębiorstw, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach .- 2015, nr 233, s. 93--105.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Hanna Bortnowska (ostatnia modyfikacja: 24-04-2019 08:02)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ