

PERSONAL MARKETING - course description

General information	
Course name	PERSONAL MARKETING
Course ID	04.5-WZ-LogP-MP
Faculty	Faculty of Economics and Management
Field of study	Logistics
Education profile	practical
Level of studies	First-cycle studies leading to Engineer's degree
Beginning semester	winter term 2023/2024

Course information	
Semester	5
ECTS credits to win	3
Course type	optional
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr inż. Hanna Bortnowska

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Lecture	15	1	9	0,6	Exam
Class	30	2	18	1,2	Credit with grade

Aim of the course

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

Prerequisites

Zaliczenie na min. dostateczną z przedmiotu Marketing realizowanego w semestrze III.

Scope

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.

Teaching methods

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

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student charakteryzuje modele elastycznego czasu pracy	K_W02 K_W08 K_W09 K_U01 K_K01	- activity during the classes - an evaluation test - an exam - oral, descriptive, test and other	- Lecture - Class
Student potrafi stworzyć przykładowy kwestionariusz ankiety służący zbadaniu satysfakcji z pracy „klientów wewnętrznych”.	K_W02 K_W08 K_W12 K_U05 K_K01	- activity during the classes - projekt	Class

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student dobiera działania z zakresu marketingu personalnego	• K_W02 • K_W08 • K_W09 • K_W13 • K_U01 • K_U04 • K_K01	• activity during the classes • an evaluation test • an exam - oral, descriptive, test and other • an observation and evaluation of activities during the classes	• Lecture • Class
Student tłumaczy, jak można kształtować wizerunek dobrego pracodawcy	• K_W02 • K_W08 • K_W09 • K_U01 • K_K01	• activity during the classes • an evaluation test • an exam - oral, descriptive, test and other	• Lecture • Class
Student zna etapy procesów: zarządzania szkoleniem i karierami zawodowymi „klientów wewnętrznych”, a także derekrutacji pracowników poprzez outplacement.	• K_W02 • K_W08 • K_W09 • K_U01 • K_K01	• activity during the classes • an evaluation test • an exam - oral, descriptive, test and other	• Lecture • Class
Student jest zdolny do rozpoznawania potrzeb zawodowych pracowników – „klientów wewnętrznych”.	• K_W02 • K_W08 • K_W09 • K_U01 • K_K01	• activity during the classes	• Class

Assignment conditions

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).

Recommended reading

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.

Further reading

1. Olsztyńska A., Marketing wewnętrzny w przedsiębiorstwie, Poznań, Wyd. AE w Poznaniu, 2005.
2. Czasopismo „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.
5. Armstrong M., Taylor S., Armstrong's handbook of human resource management practice, Kogan Page , London and Philadelphia 2020.
6. Ahmed P.K., Rafiq M., Internal Marketing: Tools and Concepts for Customer Focused Management, Routledge, New York 2016.

Notes

Modified by dr inż. Hanna Bortnowska (last modification: 20-05-2023 17:02)