

# Marketing personalny - opis przedmiotu

| Informacje ogólne   |                                                |
|---------------------|------------------------------------------------|
| Nazwa przedmiotu    | Marketing personalny                           |
| Kod przedmiotu      | 04.5-WZ-LogP-MP                                |
| Wydział             | <a href="#">Wydział Ekonomii i Zarządzania</a> |
| Kierunek            | Logistyka                                      |
| Profil              | praktyczny                                     |
| Rodzaj studiów      | pierwszego stopnia z tyt. inżyniera            |
| Semestr rozpoczęcia | semestr zimowy 2017/2018                       |

| Informacje o przedmiocie        |                                                                          |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Semestr                         | 5                                                                        |
| Liczba punktów ECTS do zdobycia | 3                                                                        |
| Typ przedmiotu                  | obieralny                                                                |
| Język nauczania                 | polski                                                                   |
| Sylabus opracował               | <ul style="list-style-type: none"><li>dr inż. Hanna Bortnowska</li></ul> |

| 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   | 30                                      | 2                                      | 18                                         | 1,2                                       | 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.

## 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 osiągnięcia efektów uczenia się

| Opis efektu                                             | Symbole efektów                                                                                                                                                                                                             | Metody weryfikacji                                                                       | Forma zajęć                                            |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Student charakteryzuje modele elastycznego czasu pracy. | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">K_W01</a></li><li><a href="#">K_W02</a></li><li><a href="#">K_W08</a></li><li><a href="#">K_W09</a></li><li><a href="#">K_U01</a></li><li><a href="#">K_K01</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Wykład</li></ul> |

| Opis efektu                                                                                                                                                                                                      | Symbolle efektów                                                                                                                                                                                                                                                                | Metody weryfikacji                                                                                                                                     | Forma zajęć                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Student posiada wiedzę w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi przydatną do formułowania i rozwiązywania prostych zadań związanych z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych związanych ze sferą logistyki      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">K_W01</a></li> <li>• <a href="#">K_W02</a></li> <li>• <a href="#">K_W08</a></li> <li>• <a href="#">K_W09</a></li> <li>• <a href="#">K_U01</a></li> <li>• <a href="#">K_U05</a></li> <li>• <a href="#">K_K01</a></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktywność w trakcie zajęć</li> <li>• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne</li> <li>• kolokwium</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wykład</li> <li>• Ćwiczenia</li> </ul> |
| Student zna etapy procesów: zarządzania szkoleniem i karierami zawodowymi „klientów wewnętrznych”, a także derekrutacji pracowników poprzez outplacement.                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">K_W01</a></li> <li>• <a href="#">K_W02</a></li> <li>• <a href="#">K_W08</a></li> <li>• <a href="#">K_W09</a></li> </ul>                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktywność w trakcie zajęć</li> <li>• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne</li> <li>• kolokwium</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wykład</li> <li>• Ćwiczenia</li> </ul> |
| Student wskazuje na uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi.                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">K_W01</a></li> <li>• <a href="#">K_W02</a></li> <li>• <a href="#">K_W08</a></li> <li>• <a href="#">K_W09</a></li> <li>• <a href="#">K_W13</a></li> <li>• <a href="#">K_U04</a></li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktywność w trakcie zajęć</li> <li>• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne</li> <li>• kolokwium</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wykład</li> <li>• Ćwiczenia</li> </ul> |
| Student jest zdolny do rozpoznawania potrzeb zawodowych pracowników – „klientów wewnętrznych”, potrafi stworzyć przykładowy kwestionariusz ankiety służący zbadaniu satysfakcji z pracy „klientów wewnętrznych”. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">K_W01</a></li> <li>• <a href="#">K_W02</a></li> <li>• <a href="#">K_W08</a></li> <li>• <a href="#">K_W12</a></li> <li>• <a href="#">K_U05</a></li> <li>• <a href="#">K_K01</a></li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• aktywność w trakcie zajęć</li> <li>• projekt</li> </ul>                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ćwiczenia</li> </ul>                   |

## 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\_W02, K\_W08, K\_W09, K\_W13, K\_U01, K\_U04, K\_U05, K\_K01); projekt z kryteriami oceny dotyczącymi konstrukcji pytań oraz wyników przeprowadzonych badań własnych (K\_W01, K\_W08, K\_W12, K\_U05).

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\_W02, K\_W08, K\_W09, K\_W13, K\_U01, K\_U04, K\_U05, K\_K01 ).

## Literatura podstawowa

1. Baruk A.I., Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku firmy, Warszawa, Difin, 2006.
2. Schwan K., Seipel K.G.: Marketing kadrowy, Warszawa, CH Beck, 1997.
3. 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.: Oczekiwania "klientów wewnętrznych" wobec pracodawcy i możliwości ich realizacji w bankach (w świetle wyników badań), Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej. Zarządzanie i Marketing, 2010, Z. 17, nr 2, s. 433-443.
4. Stankiewicz J., Bortnowska H.: Zarządzanie karierami zawodowymi zwalnianych pracowników (w świetle wyników badań), „Management Forum”, 2015, Vol. 3 No. 3.
5. 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: 19-04-2017 18:15)