

Karta Modułu Kształcenia

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Witelona w Legnicy Wydział Nauk Technicznych i Ekonomicznych					
Kierunek studiów:			Zarządzanie		
Poziom kształcenia:			Studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia:			Praktyczny		
Forma studiów:			Stacjonarne, niestacjonarne		
Nazwa modułu kształcenia:			Marketing personalny		
Rodzaj modułu kształcenia:			Obowiązkowy		
Sposób realizacji modułu:			Zajęcia kontaktowe		
Rok studiów	Semestr	ECTS	Formy zajęć i liczba godzin w planie studiów	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
3	5	2			
			Wykład	15	6
			Seminarium	15	4

Cele kształcenia:

Cel1: Poznanie terminologii w zakresie marketingu personalnego

Cel2: Rozumienie istoty stosowania marketingu personalnego w organizacji

Cel3: Nabycie umiejętności kształtowania polityki kadrowej z uwzględnieniem marketingu personalnego

Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

Wiedza i umiejętności z zakresu „Podstawy marketingu”

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych:

Kod efektu	Zakres efektu	Opis efektu modułowego
EK1	Wiedza	Ma podstawową wiedzę w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, a w szczególności dotyczącej opracowania odpowiednich rozwiązań systemu zarządzania zasobami ludzkimi.
EK2	Umiejętności	Potrafi przeprowadzić analizę i ocenę systemu zarządzania zasobami ludzkimi oraz przedstawić propozycję usprawnień.
EK3	Umiejętności	Potrafi samodzielnie rozwijać swoją wiedzę i umiejętności.

Treści programowe

Forma zajęć: wykład		Liczba godzin	
Kod	Tematyka zajęć	studia stacjonarne	studia niestacjonarne
w1	Marketing personalny i jego znaczenie we współczesnym przedsiębiorstwie	2	0,5
w2	Wizerunek firmy jako pracodawcy i jego kształtowanie	2	0,5
w3	Adresaci działań z zakresu marketingu personalnego i ich potrzeby	3	1
w4	Wybrane aspekty działań personalnych w zakresie pozyskiwania i oceniania pracowników i ich rola w kreowaniu wizerunku firmy	2	1
w5	Koncepcja zintegrowanego instrumentarium marketingowego w marketingu personalnym	2	1
w6	Rozwój pracowników i jego wpływ na kreowanie wizerunku firmy	2	1
w7	Kolokwium zaliczeniowe	2	1

Forma zajęć: seminarium		Liczba godzin	
Kod	Tematyka zajęć	studia stacjonarne	studia niestacjonarne
sem1	Praktyczne opracowanie projektu – definiowanie case study	2	1
sem2	Praktyczne opracowanie projektu – planowanie	3	0,5
sem3	Praktyczne opracowanie projektu – realizowanie	4	0,5
sem4	Praktyczne opracowanie projektu – kontrola i monitorowanie projektu	2	0,5
sem5	Praktyczne opracowanie projektu – zamknięcie	2	0,5
sem6	Zaliczenie projektu	2	1

Metody kształcenia (narzędzia dydaktyczne):

MK1: Wykład multimedialny

MK2: projekt, prezentacje, dyskusje

Zasady oceniania zajęć:***Ogólne zasady zaliczania zajęć***

Zaliczenie zajęć może odbywać się zarówno w formie pisemnej jak i ustnej. Praca pisemna powinna być udostępniona studentowi na jego życzenie, a prowadzący musi ją przechowywać przez okres jednego roku lub do zaliczenia kierunkowego efektu kształcenia.

Warunki otrzymania oceny pozytywnej:

Student powinien

- przynajmniej dostatecznie poznać i zrozumieć podstawową wiedzę zawartą w literaturze podstawowej lub innej formie dostępnej w wyniku aktywnych form zajęć,
- przynajmniej dostatecznie opanować wszelkie umiejętności przewidziane programem przedmiotu,
- wykazać przynajmniej dostateczną umiejętność obserwowania i analizowania otaczających zjawisk, zwłaszcza tych, z którymi jako absolwent będzie miał styczność w praktycznej działalności,
- sprostać wymaganiom przewidzianym dla uzyskania zaliczenia z form towarzyszących przed zaliczeniem formy wiodącej oraz modułu.

Kryteria oceniania:

Prowadzący ustala kryteria oceniania i przedstawia studentom na pierwszych zajęciach. Zasady zaliczenia są zgodne z Regulaminem Studiów; w szczególności musi być spełniony wymóg dotyczący stopnia opanowania programu: 50-59% - ocena dostateczna, 60-69% - ocena dostateczna plus, 70-79% - ocena dobra, 80-89% - ocena dobra plus, powyżej 90% - ocena bardzo dobra.

Sposób weryfikacji efektów kształcenia:***Ocena formująca:***

OF1: aktywność na zajęciach

OF2: zaliczenie studiów przypadków realizowanych podczas zajęć

Ocena podsumowująca:

OP1: kolokwium zaliczeniowe z wykładu

OP2: opracowanie i prezentacja projektu w grupach

Całkowity nakład pracy studenta:

Nakład pracy studenta	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Łączna liczba godzin pracy studenta:	50	
Liczba godzin kontaktowych (realizowana podczas zajęć):	30	10
Liczba godzin poświęconych na samokształcenie oraz przygotowanie do zajęć:	10	25
Liczba godzin poświęconych na przygotowanie do zaliczenia modułu:	10	15
Łączna liczba punktów ECTS:	2	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia kontaktowe (1):	2	1
Procent programu modułu realizowany podczas zajęć z nauczycielem (2):	40%	nie dotyczy

(1) Należy podać całkowitą liczbę punktów ECTS.

(2) Dotyczy tylko studiów stacjonarnych; minimalna wartość jest równa udziałowi liczby godzin kontaktowych w łącznej liczbie godzin pracy studenta.

Tabela odniesień dla modułu kształcenia:

Efekt kształcenia	Odniesienie do efektu kierunkowego	Cele kształcenia	Treści programowe	Metody kształcenia	Sposób weryfikacji efektów kształcenia
EK1	K1Z_W02	Cel1, Cel2	w1-w4	MK1	OP1, OP2
EK2	K1Z_U04	Cel2, Cel3	sem1- sem5	MK2	OF1, OF2, OP2
EK3	K1Z_U04	Cel3	sem1- sem5	MK2	OF1, OF2, OP2

Literatura podstawowa:

- 1: A. Baruk, Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku firmy, Difin, Warszawa 2006r.
- 2: A. Olszańska, Marketing wewnętrzny w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2005r.
- 3: Zarządzanie pracownikami / red. nauk. L. Zbiegień-Maciąg, Kraków: Uczelniane Wydawnictwa Naukowo-Dydaktyczne AGH, 2007r.

Literatura uzupełniająca:

- 1: J.Otto, Marketing relacji: koncepcja i stosowanie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2004r.
- 2: L. Zbiegień-Maciąg, Marketing personalny, czyli jak zarządzać pracownikami w firmie, Wyd. Business Press, Warszawa 1996r.
- 3: K. Schwan, K.G. Seipel, Marketing kadrowy, Wyd. C.H.Beck, Warszawa 1997r.

Nazwiska osób prowadzących modul: dr Jolanta Radkowska

Autor programu:

dr Jolanta Radkowska