

## KARTA MODUŁU

### I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

#### PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK TECHNICZNYCH I EKONOMICZNYCH

<b>Kierunek studiów:</b>	<b>ZARZĄDZANIE</b>					
<b>Poziom studiów:</b>	studia pierwszego stopnia					
<b>Profil studiów:</b>	praktyczny					
<b>Forma studiów:</b>	stacjonarne/niestacjonarne					
<b>Nazwa modułu:</b>	<b>Personal i employer branding</b>					
<b>Rodzaj modułu:</b>	Obowiązkowy					
<b>Język wykładowy:</b>	Język polski*					
<b>Rok studiów:</b>	II	<b>Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:</b>				
<b>Semestr:</b>	IV	Wykład	Ćwiczenia	Warsztat	Projekt	Seminarium
<b>Liczba punktów ECTS ogółem:</b>	2	6/4	-	15/15	-	-
<b>Forma zaliczenia:</b>	Zaliczenie na ocenę					
<b>Wymagania wstępne:</b>	brak					

### II. CELE KSZTAŁCENIA

#### Cele kształcenia:

- Cel1:** Zapoznanie z koncepcją oraz podstawowymi metodami, technikami i narzędziami służącymi do budowania marki pracodawcy.  
**Cel2:** Ocena efektywności prowadzonych działań w ramach strategii employer branding.  
**Cel3:** Uświadomienie roli i znaczenia mediów społecznościowych w tworzeniu marki pracodawcy i marki osobistej.  
**Cel4:** Identyfikacja elementów (obszarów) kształtujących własny wizerunek i etapów budowania marki osobistej.

### III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW

Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji
<b>wiedzy:</b>			
W01	Posiada wiedzę na temat zasad budowania strategii marki pracodawcy oraz własnej marki. Zna podstawowe narzędzia.	K1Z_W01, K1Z_W03	zaliczenie na ocenę, obserwacja i ocena postaw studenta
W02	Zna istotę oraz podstawowe obszary wewnętrznego i zewnętrznego employer branding.	K1Z_W01, K1Z_W03	zaliczenie na ocenę obserwacja i ocena postaw studenta
<b>umiejętności:</b>			
U01	Potrafi samodzielnie zdobywać i porządkować wiedzę na temat najnowszych trendów w obszarze działań ukierunkowanych na budowanie marki pracodawcy.	K1Z_U07, K1Z_U11, K1Z_U12	referat, projekt, aktywność na zajęciach obserwacja i ocena postaw studenta
U02	Potrafi mierzyć i oceniać efekty prowadzonych działań z zakresu employer branding.	K1Z_U05	referat, projekt, aktywność na zajęciach obserwacja i ocena postaw studenta
U03	Potrafi zbudować i zrekonstruować markę osobistą.	K1Z_U07, K1Z_U11, K1Z_U12	zaliczenie na ocenę, referat, projekt, aktywność na zajęciach obserwacja i ocena

			postaw studenta
<b>kompetencji społecznych:</b>			
K01	Potrafi świadomie i odpowiedzialnie uczestniczyć w rzeczywistości wirtualnej, dbając o swój wizerunek.	K1Z_K01, K1Z_K02	referat, projekt, aktywność na zajęciach obserwacja i ocena postaw studenta
<b>IV. TREŚCI PROGRAMOWE</b>			
<b>Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)</b>			
<b>Wykłady</b>			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin 15/4	
w1	Employer branding – historia, cele, pojęcie	2/0,5	
w2	Proces budowania strategii employer branding	3/0,5	
w3	Wewnętrzny i zewnętrzny employer branding	3/0,5	
w4	Personal branding – pojęcie, przyczyny wzrostu zainteresowania, wpływ na rozwój zawodowy	2/0,5	
w5	Budowanie własnej marki – etapy	3/1	
w6	Kolokwium zaliczeniowe z wykładu	2/1	
<b>Warsztaty</b>			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin 15/6	
wt1	Personal branding a employer branding – istota, relacje, korzyści, zagrożenia	2/1	
wt2	Zwrot z inwestycji w employer branding	2/1	
wt3	Analiza realizacji strategii employer brandingowych na przykładzie firm – case study	4/1	
wt4	Strategie kształtowania marki osobistej w social mediach	2/1	
wt5	Marka osobista w relacjach międzyludzkich. Branding w miejscu pracy, podczas rozmowy kwalifikacyjnej.	2/1	
wt6	Tworzenie marki osobistej – case study	3/1	
<b>V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE</b>			
<p><b>1. Metody kształcenia:</b>  Wykład: informacyjny (konwencjonalny), problemowy, konwersatoryjny  Warsztaty: metoda ćwiczeniowa oparta na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metoda projektu, studium przypadku,  dyskusja, analiza tekstów źródłowych</p> <p><b>2. Narzędzia (środki) dydaktyczne:</b> tablica multimedialna</p>			
<b>VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU</b>			
<p><b>Forma zaliczenia modułu.</b>  <b>Zaliczenie na ocenę</b></p> <p><b>Kryteria oceny formującej***:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>przygotowanie: referatu, projektu,</li> <li>aktywność na zajęciach</li> <li>obserwacja i ocena postaw studenta</li> </ol> <p><b>Kryteria oceny podsumowującej***.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>zaliczenie na ocenę</li> <li>przygotowanie: referatu, projektu,</li> <li>aktywność na zajęciach</li> <li>obserwacja i ocena postaw studenta</li> </ol> <p>50-59% - ocena dostateczna,  60-69% - ocena dostateczna plus,</p>			

70-79% - ocena dobra,  
80-89% - ocena dobra plus,  
powyżej 90% - ocena bardzo dobra

Na ocenę 3,0: student zna podstawowe metody i narzędzia, potrafi przy pomocy prowadzącego rozwiązać proste zadania.

Na ocenę 3,5: zna podstawowe metody i narzędzia, potrafi samodzielnie rozwiązać proste zadania.

Na ocenę 4,0: zna metody i narzędzia omawiane na zajęciach, potrafi je samodzielnie zastosować.

Z pomocą prowadzącego potrafi rozwiązać zadania typowe.

Na ocenę 4.5: zna metody i narzędzia omawiane na zajęciach, potrafi je samodzielnie zastosować. Samodzielnie potrafi rozwiązać zadania typowe.

Na ocenę 5: zna metody i narzędzia omawiane na zajęciach, potrafi je samodzielnie zastosować. Samodzielnie potrafi rozwiązać zadania typowe. Jest aktywny na zajęciach.

#### Ocena podsumowująca\*\*\*:

Ocena z modułu – średnia ocen z poszczególnych form zajęć.

### VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
<b>Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)</b>	
Udział w wykładach	15/4
Udział w innych formach zajęć (**) warsztaty	15/6
Inne (jakie?)	-
<b>Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)</b>	
Przygotowanie do wykładu	-
Przygotowanie do innych form zajęć (**) warsztaty	10/30
Przygotowanie do egzaminu	-
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (**) wykłady, warsztaty	5/5
Inne (np. gromadzenie materiałów do projektu, kwerenda internetowa, opracowanie prezentacji multimedialnej itp.)	5/5
<b>Łączna liczba godzin</b>	50
<b>Punkty ECTS za moduł</b>	2

### VIII. ZALECANA LITERATURA

#### Literatura podstawowa:

1. Dąbrowska Julita, *Employer branding. Marka pracodawcy w praktyce*. Wydawnictwo Słowa i Myśli, Lublin 2016 r.
2. Grzesiak Mateusz, *Personal branding, czyli jak skutecznie zbudować autentyczną markę osobistą*. Wydawnictwo Onepress, Gliwice 2019 r.
3. Kozłowski Marek, *Employer branding. Budowanie wizerunku pracodawcy krok po kroku*. Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2016 r.

#### Literatura uzupełniająca:

1. Rampersad Hubert. K, *TY- marka inna niż wszystkie. Sztuka autentycznego brandingu osobistego*. Wydawnictwo Onepress, Gliwice 2010 r.
2. Schwabel Dan, *Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki*. Wydawnictwo Onepress, Gliwice 2016 r.
3. Tesławski Maciej & Partnerzy, *Praktyka brandingu*. Wydawnictwo Słowa i Myśli, Lublin 2014 r.
4. Wojtaszczyk Katarzyna, *Employer branding czyli zarządzanie marką pracodawcy*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012 r.

\*należy odpowiednio wypełnić

\*\*należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (wykład, ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)

\*\*\* proszę wpisać odpowiednie kryteria oceny formującej i podsumowującej