**KARTA PRZEDMIOTU**

1. **Dane podstawowe**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Marketing Personalny |
| Nazwa przedmiotu w języku angielskim | Personel Marketing  |
| Kierunek studiów  | Zarządzanie |
| Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie) | I stopień |
| Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne) | stacjonarne  |
| Dyscyplina | Nauki o zarządzaniu i jakości 100%  |
| Język wykładowy | Polski |

|  |  |
| --- | --- |
| Koordynator przedmiotu/osoba odpowiedzialna | Dr Agnieszka Marek |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Forma zajęć*(katalog zamknięty ze słownika)* | Liczba godzin | Semestr | Punkty ECTS |
| Wykład | 30 | V | 3 |
| konwersatorium |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Wymagania wstępne | W1: Wiedza z zakresu zarządzania pracownikami W2: Znajomość podstaw marketingu |

1. **Cele kształcenia dla przedmiotu**

|  |
| --- |
| C1: Student posiada wiedzę na temat koncepcji marketingu personalnego  |
| C2: Student potrafi zidentyfikować narzędzia i metody stosowane w koncepcji marketingu personalnego |
|  |

**Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol | Opis efektu przedmiotowego | Odniesienie do efektu kierunkowego |
| WIEDZA |
| W\_01 | Student identyfikuje wskazane pojęcia z zakresu marketingu personalnego | K\_W01 |
| W\_02 | Student opisuje podstawowe metody i narzędzia wykorzystywane w marketingu personalnym | K\_W02 |
| W\_03 | Student charakteryzuje wybrane aspekty marketingu personalnego, w szczególności z zakresu budowania marki własnej  | K\_W03 |
| W\_04 | Student określa rolę człowieka jako podmiotu funkcjonującego w organizacjach, w szczególności w kreowaniu wizerunku dobrego pracodawcy | K\_W05 |
| UMIEJĘTNOŚCI |
| U\_01 | Student opracowuje projekt budowania marki własnej proponując odpowiednie rozwiązania w oparciu o wiedzę teoretyczną, potrafiąc zinterpretować zjawiska z zakresu marketingu personalnego  | K\_U01; K\_U02; K\_U03; K\_U05; |
| U\_02 | Student prezentuje swoją prace, a podczas pracy grupowej stosuje różne modele komunikowania oraz określa priorytety realizacji określonych przez siebie lub innych zadań  | K\_U06; K\_U07; |
| U\_03 | Student współdziała w zespole przyjmując w nim różne role | K\_U08 |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE |
| K\_01 | Student dokonuje samooceny własnych kompetencji i ichdoskonalenia w zakresie zarządzania w sporcie | K\_K01 |
| K\_02 | Student stosuje standardy etyczne i rozwiązuje problemy zzakresu zarządzania w sporcie w sposób obiektywny. | K\_K06 |

1. **Opis przedmiotu/ treści programowe**

|  |
| --- |
| 1. Wprowadzenie do marketingu personalnego
2. Pokolenia na rynku pracy
3. Istota koncepcji marketingu personalnego
4. Zewnętrzny i wewnętrzny marketing personalny
5. Koncepcja employer branding
6. Charakterystyka współczesnego rynku pracy
7. Pracownik jako wewnętrzny klient organizacji
8. Budowanie marki własnej
9. Przykłady marki własnej celebrytów
10. Wyróżniki pracodawcy z wyboru
11. Narzędzia kształtowania wizerunku pracodawcy z wyboru
12. Employee value proposition
13. Zarządzanie talentami
14. Case study Irena Eris
15. Zarządzanie talentami w świetle koncepcji przywództwa służebnego
 |

1. **Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody dydaktyczne*(lista wyboru)* | Metody weryfikacji*(lista wyboru)* | Sposoby dokumentacji*(lista wyboru)* |
| WIEDZA |
| W\_01 | dyskusja; film dydaktyczny | Projekt zaliczeniowy; | Ocenione prace pisemne; Protokół zaliczeniowy |
| W\_02 |  dyskusja; film dydaktyczny | Projekt zaliczeniowy; | Ocenione prace pisemne; Protokół zaliczeniowy |
| W\_03 | dyskusja; film dydaktyczny | Projekt zaliczeniowy; | Ocenione prace pisemne; Protokół zaliczeniowy |
| W\_04 | dyskusja; film dydaktyczny | Projekt zaliczeniowy; | Ocenione prace pisemne; Protokół zaliczeniowy |
| UMIEJĘTNOŚCI |
| U\_01 | Wykład, dyskusja | Wypowiedź ustna podczas zajęć, obserwacja prowadzącego | Zapis w dzienniku (+/-) |
| U\_02 | Wykład, dyskusja | Wypowiedź ustna podczas zajęć, obserwacja prowadzącego | Zapis w dzienniku (+/-) |
| U\_03 | Wykład, dyskusja | Wypowiedź ustna podczas zajęć, obserwacja prowadzącego | Zapis w dzienniku (+/-) |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE |
| K\_01 | Wykład, dyskusja  | Obserwacja prowadzącego, Wypowiedź ustna podczas zajęć | Zapis w dzienniku (+/-) |
| K\_02 | Przygotowanie projektu budowania marki własnej | Projekt zaliczeniowy | Protokół zaliczeniowy |

1. **Kryteria oceny, wagi**

Zgromadzenie odpowiedniej liczby punktów za:

Projekt - 80% oceny końcowej

Aktywność na zajęciach – 20 % oceny końcowej

Warunkiem zaliczenia zajęć jest uzyskanie minimum 51% pkt z projektu zaliczeniowego oraz prac wykonywanych w czasie zajęć i aktywność na zajęciach. 30 % nieobecności skutkuje skreśleniem z listy i brakiem możliwości uzyskania oceny pozytywnej. Za każdy dzień spóźnienia z oddaniem pracy zaliczeniowej odejmowany jest 1 punkt. Dopuszczalna jest jedna nieobecność nieusprawiedliwiona.

Skala ocen:

0 – 50 % ocena niedostateczna

51 – 60 % ocena dostateczna

61 – 70 % ocena dostateczna plus

71 – 80 % ocena dobra

81 – 90 % ocena dobra plus

91 – 100% ocena bardzo dobra

1. **Obciążenie pracą studenta**

|  |  |
| --- | --- |
| Forma aktywności studenta | Liczba godzin |
| Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem  | **30** |
| Liczba godzin indywidualnej pracy studenta | **60** |

1. **Literatura**

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa |
| Kozłowski M., *Employer branding. Budowanie wizerunku pracodawcy krok po kroku*, Wolters Kluwer 2016. Rosenbluth H. F., McFerrin P. D., *Po drugie klient. Zadowoleni pracownicy gwarancją sukcesu firmy*, Wolters Kluwer 2013. Marek A., *Zarządzanie talentami w świetle teorii przywództwa służebnego*, „Nowoczesne Systemy Zarządzania” (ISSN: 1896-9380), t. 13/2018, s. 25-35.  |
| Literatura uzupełniająca |
| Chodorek M., *Uwarunkowania zarządzania talentami w przedsiębiorstwie w kontekście teorii pozytywnego zarządzania*, Wydawnictwo Naukowe UMK 2016. |