



Employer branding i budowanie relacji w zespole

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Zrównoważone zarządzanie kapitałem ludzkim Specjalność - Jednostka organizacyjna UEP Poziom kształcenia studia drugiego stopnia Forma studiów stacjonarne Profil kształcenia ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2025/2026 Kod przedmiotu UEPZZKLS.28C.206022.25 Język wykładowy Polski Obligatoryjność Do wyboru Blok zajęciowy Blok C	
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusa	Marcin Leszczyński		
Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 30	Liczba punktów ECTS 3	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	student uzyskuje pogłębioną wiedzę z zakresu employer brandingu
C2	student poznaje techniki, narzędzia i strategie komunikowania wartości biznesowych oraz budowania wizerunku organizacji zgodnie z ramami DEI
C3	student poznaje techniki komunikowania wspierające budowanie relacji w zespole

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_2.1	student wykorzystuje umiejętność budowania zespołu do realizacji zadań grupowych
CS2_2.2	student wykazuje umiejętności przywódcze i efektywnie pracuje w zespole
CS2_3.1	student rozumie i docenia, jak względy etyczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju wpływają na decyzje biznesowe
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju
CS2_3.3	student rozumie i docenia inne kultury oraz międzynarodową i społeczną różnorodność

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu komunikowania.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	student objaśnia rolę wizerunku pracodawcy w budowaniu jego pozycji rynkowej	K2_W01, K2_W11	Projekt grupowy
W2	student charakteryzuje narzędzia, techniki i strategie employer branding	K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W11	Projekt grupowy
W3	student identyfikuje narzędzia, techniki oraz strategie zewnętrznego i wewnętrznego komunikowania kluczowych wartości organizacji	K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W11	Projekt grupowy
Umiejętności			
U1	student planuje działania wizerunkowe pracodawcy	K2_U04, K2_U07	Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy
U2	student dobiera narzędzia, techniki i strategie employer branding	K2_U04, K2_U06, K2_U07	Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy
U3	student planuje i dobiera narzędzia, techniki oraz strategie zewnętrznego i wewnętrznego komunikowania kluczowych wartości organizacji	K2_U04, K2_U06, K2_U07, K2_U10	Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy
Kompetencji społecznych			
K1	student jest gotów do wzięcia odpowiedzialności za budowanie wizerunku pracodawcy	K2_K05	Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy
K2	student docenia znaczenie komunikowania w budowaniu relacji w zespole	K2_K02, K2_K05	Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy
K3	student postępuje zgodnie z kluczowymi wartościami organizacji	K2_K02, K2_K05	Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota employer branding.	C1	W1, W2, U1, U2, K1
2.	Employer branding w kształtowaniu wizerunku organizacji.	C1	W2, U2, K1
3.	Tożsamość organizacyjna.	C1	W1, U1, K1, K3
4.	Techniki employer branding.	C1, C2, C3	W1, W2, U2, K1, K2
5.	Narzędzia employer branding.	C1, C2	W1, W2, U2, K1, K2
6.	Strategie employer branding.	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
7.	Komunikowanie wartości biznesowych organizacji.	C2, C3	W1, W3, U1, U3, K1, K2, K3
8.	Komunikowanie różnorodności organizacji.	C2, C3	W1, W3, U1, U3, K1, K2, K3
9.	Komunikowanie równości organizacji.	C2, C3	W1, W3, U1, U3, K1, K2, K3
10.	Komunikowanie inkluzywności organizacji.	C2, C3	W1, W3, U1, U3, K1, K2, K3

Literatura

Obowiązkowa

- Lily, Z. (2024). Odkryj tajniki DEI: twój przewodnik po tym, czym jest różnorodność w miejscu pracy. Grupa Wydawnicza Helion.
- Machnicka, Z. (2020). Lepszy pracodawca: jak autentyczny employer branding zmienia biznes, rynek pracy i ludzi. Grupa Wydawnicza Helion.
- Rychwalska, A. (2024). Marka pracodawcy w konkurencji na rynku pracy: teoria i praktyka. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sander, E., Jabłonowski, M. (2023). Employer branding: praktyczny podręcznik. Grupa Wydawnicza Helion.

Zalecana

- Dąbrowska, J. (2014). Employer branding: marka pracodawcy w praktyce. Wydawnictwo Słowa i Myśli.
- Kozłowski, M. (2016). Employer branding: budowanie wizerunku pracodawcy krok po kroku. Wolters Kluwer Polska.
- Matuszewska-Kubicz, A. (2020). Marka korporacyjna a marka pracodawcy w obliczu zmian na rynku pracy. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Rosethorn, H. (2009). The Employer Brand: Keeping Faith With The Deal. Routledge.
- Wojtaszczyk, K. (2012). Employer branding czyli zarządzanie marką pracodawcy: uwarunkowania, procesy, pomiar. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- U. Zając-Pałdyna, 2020, Employer branding po polsku. Grupa Wydawnicza Helion.

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Metoda projektów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
------------------	-------------------	-------------------------------

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Przygotowanie prezentacji, Projekt grupowy	Uzyskanie minimum 60% punktów w ramach realizacji projektu zespołowego.

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Przygotowanie projektu	30	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K02	absolwent jest gotów do pełnienia roli lidera, który efektywnie motywuje pracowników, buduje ich zaangażowanie oraz promuje etyczne podejście do zarządzania kapitałem ludzkim.
K2_K05	absolwent jest gotów do angażowania się w przedsięwzięcia o charakterze społecznym, gospodarczym i kulturowym, służące interesowi publicznemu i społeczności.
K2_U04	absolwent potrafi projektować i wdrażać programy szkoleniowe, onboardingowe, systemy wynagrodzeń i świadczeń pracowniczych uwzględniając zasady zrównoważonego rozwoju, sprawiedliwości i konkurencyjności.
K2_U06	absolwent potrafi zarządzać relacjami pracowniczymi, rozwiązywać konflikty oraz projektować działania zgodne z przepisami prawa pracy i zasadami etyki biznesu.
K2_U07	absolwent potrafi tworzyć i wdrażać strategię mające na celu przyciąganie, utrzymanie talentów oraz wzmacnianie pozytywnego wizerunku organizacji na rynku pracy.
K2_U10	absolwent potrafi projektować procesy oceny pracowniczej, ustalać cele indywidualne i zespołowe, monitorować ich realizację oraz wdrażać działania wspierające zaangażowanie pracowników.
K2_W01	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin tworzących podstawy teoretyczne programu studiów dla kierunku zrównoważonego zarządzania zasobami ludzkimi.
K2_W04	absolwent zna i rozumie zaawansowane metody motywowania pracowników, budowania ich zaangażowania oraz zarządzania równowagą między życiem zawodowym a prywatnym.
K2_W05	absolwent zna i rozumie procesy zarządzania talentami, techniki budowania inkluzywnych zespołów oraz zasady różnorodności w organizacjach.
K2_W06	absolwent zna i rozumie rolę kultury organizacyjnej w kształtowaniu postaw pracowników oraz relacje między różnymi interesariuszami w organizacji.
K2_W11	absolwent zna i rozumie koncepcje społecznej odpowiedzialności biznesu oraz celów zrównoważonego rozwoju i ich praktyczne zastosowanie w zarządzaniu kapitałem ludzkim.

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Marcin Leszczyński