



# Program studiów

**Kierunek:** Budowanie wizerunku pracodawcy (Employer Branding)

## **Spis treści**

Program studiów podyplomowych	3
Efekty uczenia się	6

# Program studiów podyplomowych

## Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Humanistyczny
Nazwa kierunku:	Budowanie wizerunku pracodawcy (Employer Branding)
Poziom:	studia podyplomowe
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	36
Termin rozpoczęcia cyklu:	2022/2023
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	2

## Warunki rekrutacji, w tym wymagania wstępne

Warunkiem rekrutacji jest wpłacenie opłaty rekrutacyjnej i przesłanie kompletu dokumentów. Decyduje kolejność zgłoszeń. Studentami studiów podyplomowych Employer Branding mogą zostać osoby, które mają wykształcenie wyższe (co najmniej licencjackie lub inżynierskie).

## Limit przyjęć na studia podyplomowe wraz ze wskazaniem minimalnej liczby osób przyjętych, warunkującej uruchomienie edycji studiów podyplomowych

Maksymalny limit przyjęć to 36 osób. Próg minimalny wynosi 25 osób.

## Wymagane dokumenty oraz miejsce ich złożenia

Wymagane dokumenty:

formularz zgłoszeniowy;

poświadczona przez Uczelnię kopia dyplomu ukończenia studiów wyższych;

poświadczenie wniesienia opłaty za studia podyplomowe za pierwszy semestr studiów, nie później niż w terminie 14 dni przed rozpoczęciem zajęć dydaktycznych w ramach studiów podyplomowych.

W przypadku rezygnacji ze studiów przed rozpoczęciem zajęć zwracamy w pełni wpłaconą kwotę.

Miejsce złożenia: skany dokumentów z podpisami na adres: [chromik@agh.edu.pl](mailto:chromik@agh.edu.pl) z kopią na adres: [rtyrala@agh.edu.pl](mailto:rtyrala@agh.edu.pl) lub wydruki dokumentów na adres (pocztą lub osobiście): Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Wydział Humanistyczny, D-13, ul. Gramatyka 8a, parter, pok. 25

## Ogólne cele kształcenia w ramach studiów podyplomowych

Celem studiów jest zdobycie przez uczestników wiedzy oraz umiejętności praktycznych z zakresu employer branding. Szczególny nacisk zostanie położony na: wiedzę umożliwiającą zaprojektowanie, kompleksową realizację i pomiar wewnętrznej i zewnętrznej strategii employer branding, wiedzę z zakresu rekrutacji, selekcji oraz adaptacji pracowników, a także nowoczesnego zarządzania projektami rekrutacyjnymi i efektywnego wykorzystywania narzędzi e-rekrutacyjnych, wiedzę z zakresu zarządzania marką pracodawcy wewnątrz organizacji oraz na rozwój kreatywność i umiejętności niezbędnych do prowadzenia efektywnych kampanii rekrutacyjnych w Internecie i poza nim. Zajęcia będą prowadzone przez specjalistów z poszczególnych dziedzin na co dzień realizujących kampanie internetowe w małych, średnich i dużych organizacjach. Prawie wszystkie kursy będą miały praktyczną, warsztatową formułę.

## Sylwetka absolwenta studiów podyplomowych

Absolwenci studiów zdobędą wiedzę umożliwiającą im zaprojektowanie, przygotowanie, kompleksową realizację i pomiar wewnętrznej i zewnętrznej strategii employer branding. Będą również wiedzieć, w jaki sposób projektować, przeprowadzać, analizować i interpretować wyniki badań wspierających budowanie wizerunku pracodawcy. Nauczą się wyznaczać mierzalne cele wizerunkowe i biznesowe, identyfikować interesariuszy działań wizerunkowych pracodawcy oraz dzięki umiejętności definicji kompetencji i profilu behawioralnego specyficznego dla danego targetu będą potrafili dobierać kanały i narzędzia

komunikacji do grup docelowych.

Zdobędą oni również wiedzę z zakresu rekrutacji, selekcji oraz adaptacji pracowników, a także nowoczesnego zarządzania projektami rekrutacyjnymi i efektywnego wykorzystywania narzędzi e-rekrutacyjnych. Poznają praktyczną wiedzę dotyczącą zakresu działania i specyfiki firm HR, nabędą umiejętności dokonania świadomego i trafnego wyboru najlepszej oferty agencji, poprowadzenia negocjacji dotyczących umowy współpracy oraz dokonania prawidłowej oceny kompetencji konsultanta zewnętrznego. Nabędą oni również umiejętność taktycznej oceny właściwego wyboru formy zatrudnienia w firmie oraz właściwego sformułowania postanowień umów o współpracy. Będą oni także zdolni do autonomicznego i odpowiedzialnego wykonywania powierzonych zadań w zakresie zatrudnienia członków zespołu ds. danego projektu, a nabyte umiejętności będą mogli wykorzystać do funkcjonowania jako lider zespołu, właściciel firmy itp.

Uczestnicy zajęć zdobędą kompleksową wiedzę z zakresu zarządzania marką pracodawcy wewnątrz organizacji. Poznają modele zarządzania talentami i rozwojem w firmach oraz umiejętności prowadzenia rozmów rozwojowych i tworzenia development planów. Zajęcia przygotowują uczestników do wpisania komunikacji wewnętrznej w strategię biznesową firmy, opracowania jej celów, doboru optymalnych narzędzi. Usystematyzują swoją wiedzę z zakresu motywowania i wynagradzania pracowników, poznają podstawowe narzędzia zarządzania różnorodnością, wynagrodzeniami oraz zależności wewnątrz między narzędziami wynagradzania oraz powiązanie z innymi narzędziami HR. Nauczą się wartościować stanowiska pracy. Zdobędą również wiedzę i praktyczne umiejętności w zakresie CSR, społecznego zaangażowania i wolontariatu pracowniczego i poznają zasady skutecznego stosowania instrumentów społecznej odpowiedzialności biznesu w zarządzaniu. Rozwiną oni także umiejętności pracy zespołowej i podniosą swoje umiejętności analityczne.

Co więcej, absolwenci rozwiną swoją kreatywność i umiejętności niezbędne do prowadzenia efektywnych kampanii rekrutacyjnych w Internecie i poza nim. Poznają zasady projektowania użytecznych internetowych i mobilnych stron kariery, skutecznych i atrakcyjnych materiałów wizerunkowych dla kandydatów, realizowania atrakcyjnych filmów korporacyjnych oraz projektowania przestrzeni biurowych przyjaznych pracownikom. Nabędą oni również umiejętności analizy dostępnych narzędzi social media, możliwych do wykorzystania w komunikacji marketingowej oraz prowadzenia angażującej, budującej interakcję komunikacji pracodawcy w social media. Praktyczna wiedza dotycząca zarządzania projektami internetowymi pozwoli absolwentom na nieskrępowaną aktywność w wielu interesujących przedsięwzięciach interaktywnych. W wyniku przeprowadzonych zajęć uczestnicy nabędą również profesjonalną wiedzę i umiejętności autoprezentacyjne.

### **Zasady odbywania studiów podyplomowych, w tym zasady udziału w zajęciach, zasady zaliczania zajęć i zasady składania egzaminów, zasady zaliczania i wpisu na kolejny semestr**

Zajęcia prowadzone są w trybie hybrydowym. Część zjazdów odbędzie się stacjonarnie, część zaś zdalnie, na platformie MS Teams. Proporcja i terminy zjazdów stacjonarnych i zdalnych zostały określone w harmonogramie studiów udostępnionym uczestnikom/czkom studiów z odpowiednim wyprzedzeniem. W przypadku nawrotu pandemii zajęcia przejdą w całości w tryb zdalny.

W przypadku nieobecności na zajęciach obowiązkowych uczestnik może usprawiedliwić swoją nieobecność u prowadzącego zajęcia najpóźniej w terminie 7 dni od ustania przyczyny uzasadniającej tę nieobecność. Dopuszcza się nieobecność na max 80% godzin zajęciowych.

Terminy zaliczania kursów w trybie poprawkowym oraz terminy składania projektów końcowych i ich oceny określone zostały osobno w harmonogramie studiów podyplomowych.

Studia składają się z dwóch semestrów. Warunkiem uczestnictwa w semestrze drugim jest dokonanie wpłaty za drugi semestr zgodnie z wytycznymi Regulaminu studiów podyplomowych AGH (chyba że studia opłacone zostały od razu w całości).

### **Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w tym w szczególności warunki ich realizacji, system kontroli praktyk i ich zaliczania (jeżeli są wymagane)**

Nie dotyczy. Brak praktyk.

### **Warunki ukończenia studiów podyplomowych i uzyskania świadectwa ukończenia studiów podyplomowych, w tym warunki i wymagania związane z przygotowaniem prac końcowych oraz realizacją procesu dyplomowania, a także związane z organizacją i przebiegiem egzaminu końcowego (jego zakres, tryb i sposób jego przeprowadzenia, zasady ustalania oceny z egzaminu końcowego, wytyczne dotyczące jego przebiegu), jeżeli są wymagane, zasady ustalania ostatecznego wyniku ich ukończenia**

Warunkiem ukończenia studiów podyplomowych i uzyskania świadectwa ich ukończenia jest zaliczenie z wynikiem

pozytywnym wszystkich wymaganych przedmiotów.  
Brak projektu końcowego lub egzaminu końcowego.

## Efekty uczenia się

Kierunek: Budowanie wizerunku pracodawcy (Employer Branding)

### Wiedza

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
EBSP_W01	Uczestnik zna i rozumie w stopniu zaawansowanym podstawy teoretyczne umożliwiające zaprojektowanie, przygotowanie, kompleksową realizację i pomiar wewnętrznej i zewnętrznej strategii employer branding	P6Z_WT, P7Z_WT
EBSP_W02	Uczestnik zna w stopniu zaawansowanym teorię opisującą sposoby rekrutacji, selekcji oraz adaptacji pracowników, a także sposoby nowoczesnego zarządzania projektami rekrutacyjnymi i efektywnego wykorzystywania narzędzi e-rekrutacyjnych	P6Z_WZ, P7Z_WZ
EBSP_W03	Uczestnik zna i rozumie najnowsze stosowane w świecie rozwiązania w zakresie działania i specyfiki firm HR, oraz świadomego i trafnego wyboru najlepszej oferty agencji, poprowadzenia negocjacji dotyczących umowy współpracy oraz dokonania prawidłowej oceny kompetencji konsultanta zewnętrznego	P7Z_WO, P8Z_WO

### Umiejętności

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
EBSP_U01	Uczestnik potrafi monitorować rozwój dziedziny employer branding w powiązaniu z przemianami lokalnymi i globalnymi, ekonomicznymi, kulturowymi i społecznymi nowych mediów, różnorodne uwarunkowania i konteksty rozwoju employer branding, a także uwzględnić je podczas planowania działań zawodowych i prognozowania rozwoju zawodowego	P6Z_UI, P7Z_UI
EBSP_U02	Uczestnik potrafi wykonywać złożone i nietypowe zadania w zakresie wyznaczania mierzalnych celów wizerunkowych i biznesowych, identyfikowania interesariuszy działań wizerunkowych pracodawcy oraz definiowania kompetencji i profilu behawioralnego specyficznego dla danego targetu w zmiennych i nie w pełni przewidywalnych warunkach	P6Z_UO, P7Z_UO
EBSP_U03	Uczestnik potrafi przekazywać wiedzę z zakresu employer branding w różnych formach, a także potrafi w sposób autonomiczny i odpowiedzialny wykonywać w oparciu o tę wiedzę powierzone mu zadania w zakresie zatrudnienia członków zespołu ds. danego projektu, a nabyte umiejętności potrafi wykorzystać do funkcjonowania jako lider zespołu, właściciel firmy itp	P6Z_UU, P7Z_UU
EBSP_U04	Uczestnik potrafi projektować obieg informacji w zespole pracowniczym lub w małej organizacji w zakresie umiejętności analizy dostępnych narzędzi social media, możliwych do wykorzystania w komunikacji marketingowej oraz prowadzenia angażującej, budującej interakcję komunikacji pracodawcy w social media	P6Z_UO

### Kompetencje społeczne

Symbol KEU	Kierunkowe efekty uczenia się	Symbol CEU
EBSP_K01	Uczestnik jest gotów do przestrzegania zasad obowiązujących w dziedzinie employer branding, stosowania praktycznych umiejętności w zakresie CSR, społecznego zaangażowania i wolontariatu pracowniczego oraz skutecznego stosowania instrumentów społecznej odpowiedzialności biznesu w zarządzaniu	P6Z_KP, P7Z_KP
EBSP_K02	Uczestnik jest gotów do uczestniczenia w promowaniu kultury pro jakościowej w dziedzinie motywowania i wynagradzania pracowników oraz zarządzania talentami i rozwojem pracowników w firmach	P6Z_KO, P7Z_KO, P8Z_KO