

PROGRAM DLA STUDIÓW II STOPNIA

branding miast i regionów

nazwa kierunku studiów

profil: ogólnoakademicki

obowi zuje od roku akademickiego:

2024/2025

Ustalony uchwał nr 46/2024 Senatu Uniwersytetu Szczeci skiego z dnia 25 kwietnia 2024 § 1 pkt. 16

| | | |
|------------------------------|--|--|
| KLASYFIKACJA ISCED | 0413 | |
| I – INFORMACJE OGÓLNE | | |
| 1 | Jednostka realizuj ca studia | Wydział Ekonomii, Finansów i Zarz dzania |
| 2 | Nazwa kierunku studiów | branding miast i regionów |
| 3 | Poziom studiów | studia II stopnia |
| 4 | Profil studiów | ogólnoakademicki |
| 5 | Forma studiów (poda wszystkie formy) | stacjonarne, niestacjonarne |
| 6 | Przyporz dkowanie kierunku do dyscypliny lub dyscyplin, do których odnosz si efekty uczenia si ze wskazaniem dyscypliny wiod cej, w ramach której b dzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia si (w przypadku wskazania wi cej ni jednej) | Dyscyplina/y: nauki o zarz dzaniu i jako ci, geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna, Dyscyplina wiod ca: geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna |
| 7 | Dla kierunku przyporz dkowanego do wi cej ni jednej dyscypliny okre lenie dla ka dej z tych dyscyplin procentowego udziału liczby punktów ECTS w ł cznej liczbie punktów ECTS dla programu studiów | geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna (58%), nauki o zarz dzaniu i jako ci (42%) |
| 8 | Liczba semestrów | studia niestacjonarne - 4 studia stacjonarne - 4 |
| 9 | Liczba punktów ECTS konieczna do uko czenia studiów | 120 |
| 10 | Wymogi zwi zane z uko czeniem studiów (praca dyplomowa/ egzamin dyplomowy) | Warunkiem uko czenia studiów jest osi gni cie przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia si (zdobycie 120 punktów ECTS), w tym przygotowanie pracy dyplomowej oraz pomy lne zło enie egzaminu dyplomowego |
| 11 | Tytuł zawodowy nadawany absolwentom | magister |

II - EFEKTY UCZENIA SI

1a Tabela kierunkowych efektów uczenia si z odniesieniami do charakterystyk drugiego stopnia PRK

| | | |
|---|---|--|
| Nazwa kierunku studiów | | branding miast i regionów |
| Dyscyplina/ y do której/ ych został przyporządkowany kierunek studiów | | geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna nauki o zarządzaniu i jakości |
| Dyscyplina wiedzy, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia si | | geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna |
| Poziom kształcenia | | studia drugiego stopnia |
| Profil kształcenia | | ogólnoakademicki |
| Symbol efektów uczenia si | Opis zakładanych efektów uczenia si Absolwent studiów <i>drugiego stopnia</i> | Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK poziom 7* |
| WIEDZA | | |
| K_W01 | zna i rozumie główne tendencje rozwojowe oraz założenia teoretyczne i metodologiczne nauk społecznych, zwłaszcza geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki przestrzennej oraz nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności odnosi je do międzydiscyplinarnej specyfiki szeroko rozumianego brandingu miast i regionów | P7S_WG |
| K_W02 | zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty, zjawiska oraz mechanizmy organizacji i funkcjonowania lokalnych i regionalnych układów przestrzennych, istotne z punktu widzenia teorii i praktyki brandingu miast i regionów | P7S_WG |
| K_W03 | zna i rozumie społeczno-kulturowe uwarunkowania działań brandingowych, wizerunkowych i promocyjnych jednostek terytorialnych z uwzględnieniem dylematów współczesnej cywilizacji globalnej oraz rozumie związane z tym problemy decyzyjne i zarządcze | P7S_WK |
| K_W04 | zna w poszerzonym zakresie zasady i mechanizmy funkcjonowania instytucji i podmiotów społecznych i gospodarczych, w szczególności odnosi je do samorządowych, związanych z organizacją i zarządzaniem w zakresie budowania i pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych lub kształtowania wizerunku oraz promocji miast i regionów | P7S_WG |
| K_W05 | zna właściwe źródła informacji oraz zaawansowane metody i narzędzia statystyczne i informatyczne wykorzystywane do bardziej precyzyjnej oceny oraz prognozowania przebiegu zjawisk i procesów związanych z brandingiem miast i regionów | P7S_WG |
| K_W06 | zna zaawansowane narzędzia i formy komunikacji miast i regionów z otoczeniem rynkowym, w tym nowoczesne metody wsparcia menadżerskiego wykorzystywane w procesach brandingu jednostek terytorialnych | P7S_WG |
| K_W07 | zna w pogłębionym stopniu główne elementy potencjału rynkowego jednostek terytorialnych oraz zasady przygotowania opracowań diagnostycznych, projektowych i strategicznych na potrzeby brandingu miast i regionów | P7S_WG |
| K_W08 | zna w poszerzonym zakresie zasady prawidłowego planowania i realizowania przedsięwzięć i kampanii brandingowych, wizerunkowych i promocyjnych oraz mechanizmy organizacji adekwatnego wsparcia finansowego i informacyjnego | P7S_WG |

| | | |
|------------------------------|---|--------|
| K_W09 | zna i rozumie uwarunkowania organizacyjne, ekonomiczne, finansowe, prawne i etyczne różnych rodzajów działalności zawodowej w sferze brandingowej miast i regionów, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego | P7S_WK |
| K_W10 | zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz mechanizmy funkcjonowania rynku usług specjalistycznych w sferze brandingowej miast i regionów, w tym zasady pozyskiwania funduszy i realizacji projektów badawczych i rozwojowych w tym zakresie | P7S_WK |
| UMIEJŃNOŚCI | | |
| K_U01 | potrafi wykrywać, analizować i interpretować wybrane zjawiska i procesy związane z brandingiem miast i regionów oraz formułować i weryfikować hipotezy badawcze dotyczące czynników i mechanizmów je warunkujących, wykorzystując dorobek geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki przestrzennej oraz nauk o zarządzaniu i jakości | P7S_UW |
| K_U02 | potrafi analizować i oceniać różne efekty działań brandingowych, wizerunkowych i promocyjnych z zastosowaniem kryteriów ilościowych i jakościowych oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach poprzez właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących | P7S_UW |
| K_U03 | potrafi dobrać lub przystosowywać właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, do formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów z zakresu brandingowej miast i regionów | P7S_UW |
| K_U04 | potrafi dokonać wielokryterialnej oceny potencjału rozwojowego jednostki terytorialnej oraz zaprojektować właściwe przedsięwzięcia i kampanie brandingowe dopasowane do specyficznych potrzeb i oczekiwań grupy docelowej | P7S_UW |
| K_U05 | potrafi w sposób pogłębiony oceniać istniejące rozwiązania wybranych problemów specjalistycznych z zakresu brandingowej miast i regionów pod kątem ich dostosowania do wielorakich uwarunkowań i występowania różnych rodzajów kolizji i konfliktów | P7S_UW |
| K_U06 | potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne z zakresu brandingowej jednostek terytorialnych ze zrelatowanymi kręgami odbiorców oraz prowadzi debatę w tym zakresie, odwołując się do głównych teorii naukowych oraz posługując się specjalistyczną terminologią | P7S_UK |
| K_U07 | potrafi przygotować pisemne opracowanie dotyczące wybranych problemów specjalistycznych z zakresu brandingowej miast i regionów, w tym na podstawie własnych badań naukowych, z zachowaniem właściwych wymogów merytorycznych i formalnych | P7S_UK |
| K_U08 | potrafi posługiwać się wybranym językiem obcym na poziomie biegłości B2+ ESOKJ, w tym specjalistyczną terminologią z zakresu brandingowej miast i regionów | P7S_UK |
| K_U09 | potrafi kierować pracą zespołu i efektywnie współdziałać w jego ramach w celu rozwiązywania konkretnych problemów z zakresu brandingowej jednostek terytorialnych, zwłaszcza związanych z planowaniem i realizacją zadań badawczych i aplikacyjnych | P7S_UO |
| K_U10 | potrafi permanentnie planować i doskonalić swoje kompetencje personalne i zawodowe w zakresie brandingowej miast i regionów w ramach własnego uczenia się przez całe życie oraz motywować innych do pracy nad własnym rozwojem | P7S_UU |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | |
| K_K01 | jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści z zakresu funkcjonowania miast i regionów w otoczeniu rynkowym oraz do jej stałego aktualizowania i poszerzania | P7S_KK |

| | | |
|-------|--|--------|
| K_K02 | jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwijaniu problemów poznawczych, metodologicznych i praktycznych z zakresu brandingów miast i regionów oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwianiem problemu | P7S_KK |
| K_K03 | jest gotów do działania i myślenia w sposób przedsiębiorczy i kreatywny w inicjowaniu działań na rzecz interesu publicznego w kontekście brandingów jednostek terytorialnych | P7S_KO |
| K_K04 | jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych oraz inspirowania i organizowania działań na rzecz rozwoju społeczno-ekonomicznego lokalnych i regionalnych w kontekście brandingów miast i regionów | P7S_KO |
| K_K05 | jest gotów do planowania własnej pracy i kariery zawodowej, odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w zakresie brandingów miast i regionów z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych | P7S_KR |
| K_K06 | jest gotów do rozwijania dorobku zawodowego menadżera z zakresu brandingów terytorialnego lub wizerunku i promocji miast i regionów oraz podtrzymywania etosu jego pracy | P7S_KR |
| K_K07 | jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej menadżera z zakresu brandingów terytorialnego lub wizerunku i promocji miast i regionów oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad | P7S_KR |

OBJAŚNIENIA

Symbole oznaczają :

na pierwszym miejscu umieszczony jest kierunkowy efekt uczenia się

na drugim miejscu podkreślnik (_)

na trzecim miejscu, po podkreślniku, kategoria wiedzy (W), umiejętności (U) lub kompetencji społecznych (K)

na czwartym i piątym miejscu nr efektu uczenia się

*-wpisać właściwy poziom czyli 6 dla studiów pierwszego stopnia lub 7 dla studiów drugiego stopnia lub jednolitych studiów magisterskich

**-wpisać właściwy poziom kształcenia: pierwszy lub drugi stopień lub jednolite studia magisterskie W kolumnie odniesienia do charakterystyk drugiego stopnia należy wpisać kod składnika opisu zaczerpnięty z właściwego rozporządzenia MNiSW

Rozdział III - CHARAKTERYSTYKA PROGRAMU STUDIÓW

| | | | |
|----|--|---|---|
| 1 | Forma studiów | stacjonarne | niestacjonarne |
| 2 | Specjalności | menadżer brandingu miast i regionów, menadżer wizerunku i promocji miast i regionów | menadżer brandingu miast i regionów, menadżer wizerunku i promocji miast i regionów |
| 3 | Łączna liczba godzin zajęć | specjalności menadżer brandingu miast i regionów - 949 specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów - 949 | specjalności menadżer brandingu miast i regionów - 602 specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów - 602 |
| 4 | Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć | Załącznik nr 1 | Załącznik nr 1a |
| 5 | Plan studiów (dokument wyliczeniowy roboczy niezbędny do wypełniania załączników przez system) | Załącznik nr plan | |
| 6 | Matryca efektów uczenia się | Załącznik nr 2 | Załącznik nr 2a |
| 7 | Tabela zawierająca sposoby weryfikacji osiągnięcia przez studenta zakładanych efektów uczenia się w trakcie całego cyklu kształcenia | Załącznik nr 3 | Załącznik nr 3a |
| 8 | Opis zasad oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia | Załącznik nr 4 | |
| 9 | Łączna liczba punktów ECTS, jak student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia (dla studiów stacjonarnych co najmniej 50%, dla studiów niestacjonarnych co najmniej 20%) | Załącznik nr 5 | Załącznik nr 5a |
| 10 | Liczba punktów ECTS, jak student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych (nie mniej niż 5 ECTS) (dotyczy kierunków przypisanych do dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne) | 5 | 5 |
| 11 | Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru (w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS) z wyjątkiem kierunków nauczycielskich, dla których wskaźnik wynosi nie mniej niż 5% punktów ECTS | specjalności menadżer brandingu miast i regionów: 47 (39%) specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów: 47 (39%) | specjalności menadżer brandingu miast i regionów: 47 (39%) specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów: 47 (39%) |
| 12 | Łączna liczba punktów ECTS za zajęcia związane z prowadzonym w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/ach nauki, do których przyporządkowany jest kierunek (w wymiarze nie mniej niż 50% liczby punktów ECTS dla programu studiów) oraz ich wykaz (dla profilu ogólnoakademickiego) | Załącznik nr 6 89 (74%) | Załącznik nr 6a 93 (78%) |
| 13 | Wskaźnik procentowy zajęć prowadzonych w ramach studiów przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy (co najmniej 50% dla studiów o profilu praktycznym lub co najmniej 75% dla profilu ogólnoakademickiego). | 100% | 100% |
| 14 | Liczba punktów ECTS, zasady, wymiar i forma odbywania praktyk zawodowych (dotyczy profilu praktycznego lub profilu ogólnoakademickiego w przypadku, gdy program przewiduje praktyki) | 0 nie dotyczy | |
| 15 | Liczba punktów ECTS jaka może być uzyskana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (nie może być większa niż 50% dla profilu praktycznego, 75% - dla profilu ogólnoakademickiego) | specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów - 0,00 specjalności menadżer brandingu miast i regionów - 0,00 | specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów - 0,00 specjalności menadżer brandingu miast i regionów - 0,00 |
| 16 | Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego w wymiarze nie mniejszym niż 60 godzin (dla stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich) | 0 | |

| | | | |
|----|--|---|---|
| 17 | Informacja o udziale studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udziale w tej działalności w przypadku studiów o profilu ogólnoakademickim | Udział studentów w badaniach naukowych jest realizowany w ramach przygotowania prac magisterskich, wykonywanych pod opieką samodzielnych pracowników zaangażowanych jednostek organizacyjnych Uniwersytetu Szczecińskiego. Tematy prac magisterskich są zgodne z realizowanymi w stosownych jednostkach projektami badawczymi, badawczo-rozwojowymi i badawczo-wdrożeniowymi. Konsekwencją udziału studentów w badaniach może być autorstwo lub współautorstwo ewentualnych publikacji z afiliacją Uniwersytetu Szczecińskiego. Prawa autorskie studentów do efektów realizowanych projektów badawczych są określone zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami. | Udział studentów w badaniach naukowych jest realizowany w ramach przygotowania prac magisterskich, wykonywanych pod opieką samodzielnych pracowników zaangażowanych jednostek organizacyjnych Uniwersytetu Szczecińskiego. Tematy prac magisterskich są zgodne z realizowanymi w stosownych jednostkach projektami badawczymi, badawczo-rozwojowymi i badawczo-wdrożeniowymi. Konsekwencją udziału studentów w badaniach może być autorstwo lub współautorstwo ewentualnych publikacji z afiliacją Uniwersytetu Szczecińskiego. Prawa autorskie studentów do efektów realizowanych projektów badawczych są określone zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami. |
| 18 | Czy studia przygotowują do wykonywania zawodu nauczyciela? | nie | |
| 19 | W przypadku kierunku dającego uprawnienia do wykonywania lub uzyskania licencji zawodowej (innych niż uprawniająca nauczycielskie) udokumentowanie, że program spełnia minimalne wymagania programowe określone przez właściwe przepisy | | |
| 20 | Inne uwagi (np.: studia dualne, studia wspólne, prowadzone w języku obcym) | | |
| 21 | Sylabusy | Załącznik nr 7 | Załącznik nr 7a |

Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć - studia stacjonarne

| Lp. | Wykaz przedmiotów | ECTS |
|-----------------|---|------|
| Semestr 1 Rok 1 | | |
| 1 | ekonomia menadżerska | 4 |
| 2 | kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast | 4 |
| 3 | metodologia nauk społecznych | 2 |
| 4 | organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej | 4 |
| 5 | potencjał rozwojowy miast i regionów | 4 |
| 6 | proseminarium | 1 |
| 7 | rozwój zrównoważony miast i regionów | 3 |
| 8 | szkolenie BHP | 0 |
| 9 | szkolenie biblioteczne | 0 |
| 10 | szkolenie e-learningowe | 0 |
| 11 | terytorialne systemy społeczne | 4 |
| 12 | ródła informacji w gospodarce przestrzennej | 4 |
| Semestr 2 Rok 1 | | |
| 1 | decyzje menadżerskie w miastach i regionach | 4 |
| 2 | dziedzictwo kulturowe i tożsamość lokalna w brandingu | 4 |
| 3 | kreowanie wizerunku miast i regionów | 4 |
| 4 | marketing strategiczny miast i regionów | 4 |
| 5 | metody i techniki regionalnych badań społecznych | 4 |
| 6 | negocjacje i sztuka argumentacji | 3 |
| 7 | regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski | 3 |
| 8 | seminarium dyplomowe | 3 |

| Lp. | Wykaz przedmiotów | ECTS |
|-----------------|--|------|
| 9 | strategie innowacyjne miast i regionów | 5 |
| 10 | to samo miast i regionów | 5 |
| Semestr 3 Rok 2 | | |
| 1 | analiza danych przestrzennych | 5 |
| 2 | Challenges of modern territorial marketing | 4 |
| 3 | design i architektura marki miast i regionów | 4 |
| 4 | j zyk angielski | 2 |
| 5 | j zyk francuski | 2 |
| 6 | j zyk hiszpa ski | 2 |
| 7 | j zyk niemiecki | 2 |
| 8 | j zyk rosyjski | 2 |
| 9 | j zyk współczesnej komunikacji medialnej | 3 |
| 10 | marka etniczna i narodowa | 3 |
| 11 | neurolingwistyka | 3 |
| 12 | Plain language - prosty j zyk w komunikacji profesjonalnej | 3 |
| 13 | planowanie przestrzenne | 3 |
| 14 | pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej | 5 |
| 15 | pracownia dyplomowa | 2 |
| 16 | pragmatyka kognitywna | 3 |
| 17 | prognozowanie rozwoju układów przestrzennych | 4 |
| 18 | promocja wydarze lokalnych i regionalnych | 4 |
| 19 | seminarium dyplomowe | 2 |
| 20 | w krzywym zwierciadle mierci - mier przez pryzmat kultur | 3 |
| 21 | wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego | 4 |

| Lp. | Wykaz przedmiotów | ECTS |
|-----------------|--|------|
| 22 | "Za wasz i nasz wolno" - idea wolno ci w polskim wydaniu | 3 |
| Semestr 4 Rok 2 | | |
| 1 | archeologia w słu bie idei i polityki | 2 |
| 2 | etykieta j zykowa w kontaktach zawodowych | 2 |
| 3 | fundraising i zarz dzenie projektami miejskimi i regionalnymi | 5 |
| 4 | marka instytucji u yteczno ci publicznej | 3 |
| 5 | mi dzy podr cznikiem, polityk a histori ; demitologizacja wybranych narracji podr cznikowych i polityki historycznej | 2 |
| 6 | podstawy psycholingwistyki eksperymentalnej | 2 |
| 7 | pracownia dyplomowa | 2 |
| 8 | pragmalingwistyczne metody opisu działa j zykowych | 2 |
| 9 | prawda dziwniejsza od fikcji; literatura faktu w XXI wieku | 2 |
| 10 | seminarium dyplomowe | 6 |
| 11 | społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego | 3 |
| 12 | społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | 3 |
| 13 | systemy informatyczne wspomaganie decyzji mened erskich w miastach i regionach | 4 |
| 14 | zarz dzenie w kryzysie wizerunkowym | 3 |

Liczba punktów ECTS przypisanych do zaj - studia niestacjonarne

Załącznik nr 1a

| Lp. | Wykaz przedmiotów | ECTS |
|-----------------|---|------|
| Semestr 1 Rok 1 | | |
| 1 | ekonomia menad erska | 4 |
| 2 | kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast | 4 |
| 3 | metodologia nauk społecznych | 2 |
| 4 | organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej | 4 |
| 5 | potencjał rozwojowy miast i regionów | 4 |
| 6 | proseminarium | 1 |
| 7 | rozwój zrównowa ony miast i regionów | 3 |
| 8 | szkolenie BHP | 0 |
| 9 | szkolenie biblioteczne | 0 |
| 10 | szkolenie e-learningowe | 0 |
| 11 | terytorialne systemy społeczne | 4 |
| 12 | ródła informacji w gospodarce przestrzennej | 4 |
| Semestr 2 Rok 1 | | |
| 1 | decyzje menad erskie w miastach i regionach | 4 |
| 2 | dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w brandingu | 4 |
| 3 | kreowanie wizerunku miast i regionów | 4 |
| 4 | marketing strategiczny miast i regionów | 4 |
| 5 | metody i techniki regionalnych bada społecznych | 4 |
| 6 | negocjacje i sztuka argumentacji | 3 |
| 7 | regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski | 3 |
| 8 | seminarium dyplomowe | 3 |

| Lp. | Wykaz przedmiotów | ECTS |
|-----------------|--|------|
| 9 | strategie innowacyjne miast i regionów | 5 |
| 10 | to samo miast i regionów | 5 |
| Semestr 3 Rok 2 | | |
| 1 | analiza danych przestrzennych | 5 |
| 2 | Challenges of modern territorial marketing | 4 |
| 3 | design i architektura marki miast i regionów | 4 |
| 4 | j zyk angielski | 2 |
| 5 | j zyk francuski | 2 |
| 6 | j zyk hiszpa ski | 2 |
| 7 | j zyk niemiecki | 2 |
| 8 | j zyk rosyjski | 2 |
| 9 | marka etniczna i narodowa | 3 |
| 10 | neurolingwistyka | 3 |
| 11 | oblicza neoimperializmu mocarstw | 3 |
| 12 | Plain language - prosty j zyk w komunikacji profesjonalnej | 3 |
| 13 | planowanie przestrzenne | 3 |
| 14 | pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej | 5 |
| 15 | pracownia dyplomowa | 2 |
| 16 | pragmatyka kognitywna | 3 |
| 17 | prognozowanie rozwoju układów przestrzennych | 4 |
| 18 | promocja wydarze lokalnych i regionalnych | 4 |
| 19 | retoryka wojny i dominacji; wyznaczniki j zykowe | 3 |
| 20 | seminarium dyplomowe | 2 |
| 21 | w krzywym zwierciadle mierci - mier przez pryzmat kultur | 3 |

| Lp. | Wykaz przedmiotów | ECTS |
|-----------------|--|------|
| 22 | wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego | 4 |
| Semestr 4 Rok 2 | | |
| 1 | etykieta językowa w kontaktach zawodowych | 2 |
| 2 | fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi | 5 |
| 3 | marka instytucji użyteczności publicznej | 3 |
| 4 | "Na koniec świata... i jeszcze dalej?" podróżowanie w średniowieczu | 2 |
| 5 | podstawy psycholingwistyki eksperymentalnej | 2 |
| 6 | pracownia dyplomowa | 2 |
| 7 | pragmalingwistyczne metody opisu działań językowych | 2 |
| 8 | seminarium dyplomowe | 6 |
| 9 | społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego | 3 |
| 10 | społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | 3 |
| 11 | strategie językowe w biznesie | 2 |
| 12 | systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach | 4 |
| 13 | zarządzanie w kryzysie wizerunkowym | 3 |

Program studiów: USEFZ-BMiR-O-II-24/25Z

| Symbol kierunkowych efektów uczenia się | Metody weryfikacji efektów | | | | | | | | | |
|---|----------------------------|---------------|-----------|-----------------|-------------------------------|-------------|---------|------------|---|-------|
| | EGZAMIN PISEMNY | EGZAMIN USTNY | KOLOKWJUM | PRACA DYPLOMOWA | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | PREZENTACJA | PROJEKT | SPRAWDZIAN | ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | Razem |
| K_W01 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| K_W02 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_W03 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_W04 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_W05 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_W06 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_W07 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 5 |
| K_W08 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 4 |
| K_W09 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_W10 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_U01 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| K_U02 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_U03 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| K_U04 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 7 |
| K_U05 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_U06 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_U07 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_U08 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_U09 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| K_U10 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_K01 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 6 |
| K_K02 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| K_K03 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_K04 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_K05 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_K06 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_K07 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| Razem | 14 | 5 | 22 | 14 | 18 | 17 | 27 | 20 | 25 | 162 |

Program studiów: USEFZ-BMiR-O-II-24/25Z

| Symbol kierunkowych efektów uczenia się | Metody weryfikacji efektów | | | | | | | | | |
|---|----------------------------|---------------|-----------|-----------------|-------------------------------|-------------|---------|------------|---|-------|
| | EGZAMIN PISEMNY | EGZAMIN USTNY | KOLOKWJUM | PRACA DYPLOMOWA | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | PREZENTACJA | PROJEKT | SPRAWDZIAN | ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | Razem |
| K_W01 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| K_W02 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_W03 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_W04 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_W05 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_W06 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_W07 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 5 |
| K_W08 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 4 |
| K_W09 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_W10 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_U01 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| K_U02 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| K_U03 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| K_U04 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 7 |
| K_U05 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_U06 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_U07 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_U08 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| K_U09 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| K_U10 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_K01 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 6 |
| K_K02 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| K_K03 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 6 |
| K_K04 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_K05 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 5 |
| K_K06 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 7 |
| K_K07 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| Razem | 14 | 5 | 22 | 14 | 18 | 17 | 27 | 19 | 25 | 161 |

OPIS SPOSOBÓW OCENY OSIĄGANIA PRZEZ STUDENTA ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

- 1) W skład systemu oceny stopnia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się wchodzi:
 - a) oceny końcowe wystawiane z poszczególnych przedmiotów (ocena z przedmiotu wystawiana jest jako jedna dla całego przedmiotu, niezależnie od związanych z nim form prowadzenia zajęć);
 - b) ocena z praktyki, jeśli program studiów zakłada, że praktyka podlega ocenie;
 - c) ocena z pracy dyplomowej ustalana ostatecznie przez komisję egzaminu dyplomowego;
 - d) ocena z egzaminu dyplomowego ustalana przez komisję.
- 2) Syntetycznym miernikiem stopnia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się dla kierunku studiów jest ostateczna ocena studiów, której sposób wystawiania określa Regulamin studiów Uniwersytetu Szczecińskiego.
- 3) Do oceny stopnia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wymienionych w pkt. 1 poszczególnych elementów stosuje się skalę ocen określoną w Regulaminie studiów US.
- 4) Uzyskanie oceny pozytywnej z wymienionych w pkt. 1 poszczególnych elementów wymaga osiągnięcia wszystkich zakładanych efektów uczenia się na co najmniej minimalnym dopuszczonym poziomie.
- 5) Oceny z wymienionych w pkt. 1 poszczególnych elementów są interpretowane następująco:
 - ocena 5.0 (A) – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane, z ewentualnymi pojedynczymi i drugorzędnymi nieścisłościami, które nie mają znaczenia dla osiągnięcia poszczególnych efektów;
 - ocena 4.5 (B) – zakładane efekty zostały uzyskane z nielicznymi błędami;
 - ocena 4.0 (C) – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z kilkoma zauważalnymi błędami lub niedociągnięciami;
 - ocena 3.5 (D) – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane ze znaczącymi błędami lub niedociągnięciami;
 - ocena 3.0 (E) – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane na poziomie minimalnym z dużymi błędami lub niedociągnięciami;
 - ocena 2.0 (F) – zakładane efekty uczenia się nie zostały uzyskane.

Wystandardyzowane wymagania uzyskania przez studenta oceny dla poszczególnych kategorii efektów uczenia się (kryteria jakościowe):

| Kategoria efektów | Ocena | | |
|---------------------|--|---|---|
| | dostateczny dostateczny plus 3,0/3,5 | dobry dobry plus 4,0/4,5 | bardzo dobry 5,0 |
| WIEDZA | Dostatecznie poznał i zrozumiał wiedzę przekazaną w trakcie zajęć oraz pochodzącą z literatury podstawowej | Dobrze poznał i zrozumiał wiedzę przekazaną w trakcie zajęć oraz pochodzącą z literatury podstawowej co pozwala mu na rozpoznawanie problemów i ich rozwiązywanie. | Bardzo dobrze poznał i zrozumiał wiedzę przekazaną w trakcie zajęć oraz pochodzącą z literatury podstawowej co pozwala mu na rozpoznawanie problemów i ich rozwiązywanie. Wykazuje się wiedzą pochodzącą z literatury uzupełniającej. |
| UMIEJĘTNOŚCI | Dostatecznie opanował wszelkie umiejętności przewidziane w sylabusie przedmiotu. Realizując powierzone zadanie popełnia nieznaczne błędy. Nie poszukuje samodzielnie dodatkowych informacji. | Dobrze opanował wszelkie umiejętności przewidziane w sylabusie przedmiotu. Realizując powierzone zadanie popełnia minimalne błędy nie mające wpływu na rezultat jego pracy. Samodzielnie poszukuje dodatkowych informacji ale wykorzystuje je w niewielkim stopniu. | Bardzo dobrze opanował wszelkie umiejętności przewidziane w sylabusie przedmiotu. Bezbłędnie realizuje powierzone zadania. Samodzielnie poszukuje informacji i je umiejętnie wykorzystuje w swojej pracy. |
| KOMPETENCJE | Uczestnicząc w zajęciach wykazuje słabe zaangażowanie i kreatywność. W niskim stopniu angażuje się w dyskusje. Potrafi zaprezentować wyniki swojej pracy. | Uczestnicząc w zajęciach wykazuje zaangażowanie i kreatywność. Chętnie angażuje się w dyskusje. Dobrze i czytelnie potrafi zaprezentować wyniki swojej pracy. | Uczestnicząc w zajęciach wykazuje duże zaangażowanie, inicjatywę i kreatywność. Zawsze angażuje się w dyskusje. Bardzo dobrze potrafi zaprezentować wyniki swojej pracy i podejmuje o nich merytoryczną dyskusję. |

6) Sposób oceniania stopnia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się powinien być jak najbardziej zobiektywizowany. W tym celu zaleca się jego oparcie na systemie punktowym, w którym za wymagane rodzaje aktywności studenta (np. kolokwia, prezentacje, referaty) przydzielane są określone liczby punktów, zaś poziom oceny wynika z przyjętej skali. Można przyjąć następujące kryteria:

| Ocena | uzyskany % sumy punktów oceniających stopień wymaganej wiedzy/umiejętności |
|------------------------|--|
| niedostateczny (2,0) | ≤ 50 |
| dostateczny (3,0) | 51 – 60 |
| dostateczny plus (3,5) | 61 – 70 |
| dobry (4,0) | 71 – 80 |
| dobry plus (4,5) | 81 – 90 |
| bardzo dobry (5,0) | 91 – 100 |

Dla studiów stacjonarnych

Tabela do wyliczenia łącznej liczby punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia

| Nazwa przedmiotu | Liczba punktów ECTS dla przedmiotu | Zajęcia dydaktyczne (w godzinach) | | Inne, konsultacje, egzamin (w godzinach) | Liczba godzin w bezpośrednim kontakcie nauczyciela akademickiego ze studentem | Liczba punktów ECTS w bezpośrednim kontakcie nauczyciela akademickiego ze studentem |
|--|------------------------------------|-----------------------------------|------------------|--|---|---|
| | | Razem wszystkie formy zajęć | w tym e-learning | | | |
| OGÓLNOUCZELNIANE | | | | | | |
| Język obcy [moduł] | 2 | 30 | 0 | 7 | 37 | 1.48 |
| język rosyjski | 2 | 30 | 0 | 7 | 37 | 1.48 |
| język hiszpański | 2 | 30 | 0 | 7 | 37 | 1.48 |
| język angielski | 2 | 30 | 0 | 6 | 36 | 1.44 |
| język niemiecki | 2 | 30 | 0 | 7 | 37 | 1.48 |
| język francuski | 2 | 30 | 0 | 7 | 37 | 1.48 |
| Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | 5 | 45 | 0 | 21 | 66 | 2.64 |
| etykieta językowa w kontaktach zawodowych | 2 | 15 | 0 | 2 | 17 | 0.68 |
| Plain language - prosty język w komunikacji profesjonalnej | 3 | 30 | 0 | 8 | 38 | 1.52 |
| międzyprzebiegiem, polityką a historią; demitologizacja wybranych narracji międzyprzebiegiem i polityki historycznej | 2 | 15 | 0 | 8 | 23 | 0.92 |
| neurolingwistyka | 3 | 30 | 0 | 8 | 38 | 1.52 |
| "Za wasz i nasz wolno" - idea wolności w polskim wydaniu | 3 | 30 | 0 | 6 | 36 | 1.44 |
| podstawy psycholingwistyki eksperymentalnej | 2 | 15 | 0 | 4 | 19 | 0.76 |
| pragmatyczne metody opisu działań językowych | 2 | 15 | 0 | 5 | 20 | 0.8 |
| pragmatyka kognitywna | 3 | 30 | 0 | 8 | 38 | 1.52 |
| w krzywym zwierciadle miernic - mierzyć przez pryzmat kultur | 3 | 30 | 0 | 13 | 43 | 1.72 |
| prawda dziwniejsza od fikcji; literatura faktu w XXI wieku | 2 | 15 | 0 | 7 | 22 | 0.88 |
| archeologia w słońcu idei i polityki | 2 | 15 | 0 | 5 | 20 | 0.8 |
| język współczesnej komunikacji medialnej | 3 | 30 | 0 | 6 | 36 | 1.44 |
| Ogółem: OGÓLNOUCZELNIANE | 7 | 75 | 0 | 28 | 103 | 4,12 |
| PODSTAWOWE | | | | | | |
| ekonomia menadżerska | 4 | 30 | 0 | 23 | 53 | 2.12 |
| metodologia nauk społecznych | 2 | 15 | 0 | 10 | 25 | 1 |
| organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej | 4 | 30 | 0 | 21 | 51 | 2.04 |
| terytorialne systemy społeczne | 4 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] | 4 | 30 | 0 | 27 | 57 | 2.28 |
| Challenges of modern territorial marketing | 4 | 30 | 0 | 27 | 57 | 2.28 |
| wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego | 4 | 30 | 0 | 27 | 57 | 2.28 |
| Ogółem: PODSTAWOWE | 18 | 135 | 0 | 101 | 236 | 9,44 |

| KIERUNKOWE | | | | | | |
|--|-----------|------------|----------|------------|------------|--------------|
| decyzje menad erskie w miastach i regionach | 4 | 30 | 0 | 22 | 52 | 2.08 |
| fundraising i zarz dzenie projektami miejskimi i regionalnymi | 5 | 30 | 0 | 21 | 51 | 2.04 |
| kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast | 4 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| marka etniczna i narodowa | 3 | 30 | 0 | 16 | 46 | 1.84 |
| marketing strategiczny miast i regionów | 4 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| metody i techniki regionalnych bada społecznych | 4 | 30 | 0 | 19 | 49 | 1.96 |
| negocjacje i sztuka argumentacji | 3 | 30 | 0 | 19 | 49 | 1.96 |
| planowanie przestrzenne | 3 | 30 | 0 | 17 | 47 | 1.88 |
| potencjał rozwojowy miast i regionów | 4 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| pracownia dyplomowa | 4 | 30 | 0 | 22 | 52 | 2.08 |
| prognozowanie rozwoju układów przestrzennych | 4 | 45 | 0 | 27 | 72 | 2.88 |
| proseminarium | 1 | 10 | 0 | 5 | 15 | 0.6 |
| regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski | 3 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| rozwój zrównowa ony miast i regionów | 3 | 30 | 0 | 19 | 49 | 1.96 |
| seminarium dyplomowe | 11 | 45 | 0 | 30 | 75 | 3 |
| społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego | 3 | 30 | 0 | 18 | 48 | 1.92 |
| społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | 3 | 30 | 0 | 24 | 54 | 2.16 |
| systemy informatyczne wspomagania decyzji mened erskich w miastach i regionach | 4 | 30 | 0 | 17 | 47 | 1.88 |
| ródła informacji w gospodarce przestrzennej | 4 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| Ogółem: KIERUNKOWE | 74 | 580 | 0 | 376 | 956 | 38,24 |
| INNE DO ZALICZENIA | | | | | | |
| szkolenie BHP | 0 | 5 | 5 | 0 | 10 | 0.4 |
| szkolenie biblioteczne | 0 | 2 | 2 | 0 | 4 | 0.16 |
| szkolenie e-learningowe | 0 | 2 | 2 | 0 | 4 | 0.16 |
| Ogółem: INNE DO ZALICZENIA | 0 | 9 | 9 | 0 | 18 | 0,72 |
| Specjalno : menad er brandingu miast i regionów | | | | | | |
| design i architektura marki miast i regionów | 4 | 30 | 0 | 25 | 55 | 2.2 |
| dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w brandingu | 4 | 30 | 0 | 22 | 52 | 2.08 |
| marka instytucji u yteczno ci publicznej | 3 | 30 | 0 | 19 | 49 | 1.96 |
| pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej | 5 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| to samo miast i regionów | 5 | 30 | 0 | 23 | 53 | 2.12 |
| Ogółem: menad er brandingu miast i regionów | 21 | 150 | 0 | 109 | 259 | 10,36 |
| Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów | | | | | | |
| analiza danych przestrzennych | 5 | 30 | 0 | 25 | 55 | 2.2 |
| kreowanie wizerunku miast i regionów | 4 | 30 | 0 | 19 | 49 | 1.96 |
| promocja wydarze lokalnych i regionalnych | 4 | 30 | 0 | 20 | 50 | 2 |
| strategie innowacyjne miast i regionów | 5 | 30 | 0 | 25 | 55 | 2.2 |

| | | | | | | |
|--|----|-----|---|-----|-----|-------|
| zarządzenie w kryzysie wizerunkowym | 3 | 30 | 0 | 19 | 49 | 1,96 |
| Ogółem: menadżer wizerunku i promocji miast i regionów | 21 | 150 | 0 | 108 | 258 | 10,32 |

| | | | | | | |
|--|-----|-----|---|-----|------|-------|
| OGÓLNOUCZELNIANE | 7 | 75 | 0 | 28 | 103 | 4,12 |
| PODSTAWOWE | 18 | 135 | 0 | 101 | 236 | 9,44 |
| KIERUNKOWE | 74 | 580 | 0 | 376 | 956 | 38,24 |
| INNE DO ZALICZENIA | 0 | 9 | 9 | 0 | 18 | 0,72 |
| Łącznie | 99 | 799 | 9 | 505 | 1313 | 52,52 |
| menadżer brandingu miast i regionów | 21 | 150 | 0 | 109 | 259 | 10,36 |
| Łącznie | 120 | 949 | 9 | 614 | 1572 | 62,88 |
| menadżer wizerunku i promocji miast i regionów | 21 | 150 | 0 | 108 | 258 | 10,32 |
| Łącznie | 120 | 949 | 9 | 613 | 1571 | 62,84 |

Dla studiów niestacjonarnych

Tabela do wyliczenia łącznej liczby punktów ECTS, jak student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpo-
rednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia

| Nazwa przedmiotu | Liczba punktów ECTS dla przedmiotu | Zajęcia dydaktyczne (w godzinach) | | Inne, konsultacje, egzamin (w godzinach) | Liczba godzin w bezpo- rednim kontakcie nauczyciela akademickiego ze studentem | Liczba punktów ECTS w bezpo- rednim kontakcie nauczyciela akademickiego ze studentem |
|--|------------------------------------|-----------------------------------|------------------|--|---|---|
| | | Razem wszystkie formy zajęć | w tym e-learning | | | |
| OGÓLNOUCZELNIANE | | | | | | |
| Język obcy [moduł] | 2 | 15 | 0 | 7 | 22 | 0.88 |
| język rosyjski | 2 | 15 | 0 | 7 | 22 | 0.88 |
| język hiszpański | 2 | 15 | 0 | 7 | 22 | 0.88 |
| język angielski | 2 | 15 | 0 | 6 | 21 | 0.84 |
| język niemiecki | 2 | 15 | 0 | 7 | 22 | 0.88 |
| język francuski | 2 | 15 | 0 | 7 | 22 | 0.88 |
| Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | 5 | 25 | 0 | 19 | 44 | 1.76 |
| retoryka wojny i dominacji; wyznaczniki językowe | 3 | 15 | 0 | 8 | 23 | 0.92 |
| etykieta językowa w kontaktach zawodowych | 2 | 10 | 0 | 8 | 18 | 0.72 |
| Plain language - prosty język w komunikacji profesjonalnej | 3 | 15 | 0 | 8 | 23 | 0.92 |
| neurolingwistyka | 3 | 15 | 0 | 8 | 23 | 0.92 |
| oblicza neoimperializmu mocarstw | 3 | 15 | 0 | 8 | 23 | 0.92 |
| strategie językowe w biznesie | 2 | 10 | 0 | 10 | 20 | 0.8 |
| podstawy psycholingwistyki eksperymentalnej | 2 | 10 | 0 | 8 | 18 | 0.72 |
| pragmalingwistyczne metody opisu działań językowych | 2 | 10 | 0 | 8 | 18 | 0.72 |
| pragmatyka kognitywna | 3 | 15 | 0 | 9 | 24 | 0.96 |
| w krzywym zwierciadle mierci - mier przez pryzmat kultur | 3 | 15 | 0 | 8 | 23 | 0.92 |
| "Na koniec świata... i jeszcze dalej?" podróżowanie w renesansie | 2 | 10 | 0 | 8 | 18 | 0.72 |
| Ogółem: OGÓLNOUCZELNIANE | 7 | 40 | 0 | 26 | 66 | 2,64 |
| PODSTAWOWE | | | | | | |
| ekonomia menadżerska | 4 | 18 | 0 | 11 | 29 | 1.16 |
| metodologia nauk społecznych | 2 | 9 | 0 | 10 | 19 | 0.76 |
| organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej | 4 | 18 | 0 | 12 | 30 | 1.2 |
| terytorialne systemy społeczne | 4 | 18 | 0 | 17 | 35 | 1.4 |
| Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] | 4 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| Challenges of modern territorial marketing | 4 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego | 4 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| ródła informacji w gospodarce przestrzennej | 4 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| Ogółem: PODSTAWOWE | 22 | 99 | 0 | 82 | 181 | 7,24 |
| KIERUNKOWE | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|-----------|------------|----------|------------|------------|--------------|
| decyzje menad erskie w miastach i regionach | 4 | 18 | 0 | 12 | 30 | 1.2 |
| fundraising i zarz dzenie projektami miejskimi i regionalnymi | 5 | 18 | 0 | 11 | 29 | 1.16 |
| kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast | 4 | 18 | 0 | 10 | 28 | 1.12 |
| marka etniczna i narodowa | 3 | 18 | 0 | 8 | 26 | 1.04 |
| marketing strategiczny miast i regionów | 4 | 18 | 0 | 9 | 27 | 1.08 |
| metody i techniki regionalnych bada społecznych | 4 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| negocjacje i sztuka argumentacji | 3 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| planowanie przestrzenne | 3 | 18 | 0 | 17 | 35 | 1.4 |
| potencjał rozwojowy miast i regionów | 4 | 18 | 0 | 13 | 31 | 1.24 |
| pracownia dyplomowa | 4 | 30 | 0 | 22 | 52 | 2.08 |
| prognozowanie rozwoju układów przestrzennych | 4 | 27 | 0 | 17 | 44 | 1.76 |
| proseminarium | 1 | 10 | 0 | 5 | 15 | 0.6 |
| regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski | 3 | 18 | 0 | 11 | 29 | 1.16 |
| rozwój równowagony miast i regionów | 3 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| seminarium dyplomowe | 11 | 45 | 0 | 30 | 75 | 3 |
| społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego | 3 | 18 | 0 | 12 | 30 | 1.2 |
| społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | 3 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| systemy informatyczne wspomagania decyzji mened erskich w miastach i regionach | 4 | 18 | 0 | 16 | 34 | 1.36 |
| Ogółem: KIERUNKOWE | 70 | 364 | 0 | 257 | 621 | 24,84 |

INNE DO ZALICZENIA

| | | | | | | |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-------------|
| szkolenie BHP | 0 | 5 | 5 | 0 | 10 | 0.4 |
| szkolenie biblioteczne | 0 | 2 | 2 | 0 | 4 | 0.16 |
| szkolenie e-learningowe | 0 | 2 | 2 | 0 | 4 | 0.16 |
| Ogółem: INNE DO ZALICZENIA | 0 | 9 | 9 | 0 | 18 | 0,72 |

Specjalno : menad er brandingu miast i regionów

| | | | | | | |
|--|-----------|-----------|----------|-----------|------------|-------------|
| design i architektura marki miast i regionów | 4 | 18 | 0 | 7 | 25 | 1 |
| dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding | 4 | 18 | 0 | 14 | 32 | 1.28 |
| marka instytucji u yteczno ci publicznej | 3 | 18 | 0 | 12 | 30 | 1.2 |
| pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej | 5 | 18 | 0 | 13 | 31 | 1.24 |
| to samo miast i regionów | 5 | 18 | 0 | 14 | 32 | 1.28 |
| Ogółem: menad er brandingu miast i regionów | 21 | 90 | 0 | 60 | 150 | 6,00 |

Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów

| | | | | | | |
|---|-----------|-----------|----------|-----------|------------|-------------|
| analiza danych przestrzennych | 5 | 18 | 0 | 14 | 32 | 1.28 |
| kreowanie wizerunku miast i regionów | 4 | 18 | 0 | 17 | 35 | 1.4 |
| promocja wydarze lokalnych i regionalnych | 4 | 18 | 0 | 12 | 30 | 1.2 |
| strategie innowacyjne miast i regionów | 5 | 18 | 0 | 25 | 43 | 1.72 |
| zarz dzenie w kryzysie wizerunkowym | 3 | 18 | 0 | 9 | 27 | 1.08 |
| Ogółem: menad er wizerunku i promocji miast i regionów | 21 | 90 | 0 | 77 | 167 | 6,68 |

| | | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|------|-------|
| OGÓLNOUCZELNIANE | 7 | 40 | 0 | 26 | 66 | 2,64 |
| PODSTAWOWE | 22 | 99 | 0 | 82 | 181 | 7,24 |
| KIERUNKOWE | 70 | 364 | 0 | 257 | 621 | 24,84 |
| INNE DO ZALICZENIA | 0 | 9 | 9 | 0 | 18 | 0,72 |
| Ł cznie | 99 | 512 | 9 | 365 | 886 | 35,44 |
| menad er branding u miast i regionów | 21 | 90 | 0 | 60 | 150 | 6,00 |
| Ł cznie | 120 | 602 | 425 | 425 | 1036 | 41,44 |
| menad er wizerunku i promocji miast i regionów | 21 | 90 | 0 | 77 | 167 | 6,68 |
| Ł cznie | 120 | 602 | 502 | 442 | 1053 | 42,12 |

Wykaz przedmiotów związanych z prowadzonym w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów

USEFZ-BMiR-O-II-S-24/25Z

| L.p. | Wykaz przedmiotów | Punkty ECTS |
|-------------------------------|--|-------------|
| 1 | decyzje menadżerskie w miastach i regionach | 4 |
| 2 | ekonomia menadżerska | 4 |
| 3 | fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi | 5 |
| 4 | kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast | 4 |
| 5 | marka etniczna i narodowa | 3 |
| 6 | marketing strategiczny miast i regionów | 4 |
| 7 | metodologia nauk społecznych | 2 |
| 8 | metody i techniki regionalnych badań społecznych | 4 |
| 9 | negocjacje i sztuka argumentacji | 3 |
| 10 | organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej | 4 |
| 11 | planowanie przestrzenne | 3 |
| 12 | potencjał rozwojowy miast i regionów | 4 |
| 13 | prognozowanie rozwoju układów przestrzennych | 4 |
| 14 | regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski | 3 |
| 15 | rozwój zrównoważony miast i regionów | 3 |
| 16 | społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego | 3 |
| 17 | społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | 3 |
| 18 | systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach | 4 |
| 19 | terytorialne systemy społeczne | 4 |
| Ogółem: | | 68 |
| Wynik wyrażony w procentach:* | | 57% |

* odniesienie do liczby punktów ECTS (I stopień 180; II stopień 120, jednolite studia magisterskie 300))

| menadżer brandingowy miast i regionów | | |
|---------------------------------------|--|-------------|
| L.p. | Wykaz przedmiotów | Punkty ECTS |
| 1 | design i architektura marki miast i regionów | 4 |
| 2 | dziedzictwo kulturowe i tożsamość lokalna w brandingowaniu | 4 |
| 3 | marka instytucji publicznej | 3 |
| 4 | tożsamość miast i regionów | 5 |

| | |
|--|-----|
| Ogółem: | 16 |
| Ogółem: Przedmioty (ogólnouczelniane, podstawowe, kierunkowe, pozostałe przedmioty/moduły, inne do zaliczenia) + menad er brandingu miast i regionów | 84 |
| Wynik wyra ony w procentach:* | 70% |

* odniesienie do liczby punktów ECTS (I stopie 180; II stopie 120, jednolite studia magisterskie 300))

| menad er wizerunku i promocji miast i regionów | | |
|---|---|-------------|
| L.p. | Wykaz przedmiotów | Punkty ECTS |
| 1 | analiza danych przestrzennych | 5 |
| 2 | kreowanie wizerunku miast i regionów | 4 |
| 3 | promocja wydarze lokalnych i regionalnych | 4 |
| 4 | strategie innowacyjne miast i regionów | 5 |
| 5 | zarz dzenie w kryzysie wizerunkowym | 3 |
| Ogółem: | | 21 |
| Ogółem: Przedmioty (ogólnouczelniane, podstawowe, kierunkowe, pozostałe przedmioty/moduły, inne do zaliczenia) + menad er wizerunku i promocji miast i regionów | | 89 |
| Wynik wyra ony w procentach:* | | 74% |

* odniesienie do liczby punktów ECTS (I stopie 180; II stopie 120, jednolite studia magisterskie 300))

Wykaz przedmiotów związanych z prowadzonym w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów

USEFZ-BMiR-O-II-N-24/25Z

| L.p. | Wykaz przedmiotów | Punkty ECTS |
|-------------------------------|--|-------------|
| 1 | decyzje menedżerskie w miastach i regionach | 4 |
| 2 | ekonomia menedżerska | 4 |
| 3 | fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi | 5 |
| 4 | kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast | 4 |
| 5 | marka etniczna i narodowa | 3 |
| 6 | marketing strategiczny miast i regionów | 4 |
| 7 | metodologia nauk społecznych | 2 |
| 8 | metody i techniki regionalnych badań społecznych | 4 |
| 9 | negocjacje i sztuka argumentacji | 3 |
| 10 | organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej | 4 |
| 11 | planowanie przestrzenne | 3 |
| 12 | potencjał rozwojowy miast i regionów | 4 |
| 13 | prognozowanie rozwoju układów przestrzennych | 4 |
| 14 | regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski | 3 |
| 15 | rozwój zrównoważony miast i regionów | 3 |
| 16 | społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego | 3 |
| 17 | społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | 3 |
| 18 | systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach | 4 |
| 19 | terytorialne systemy społeczne | 4 |
| 20 | ródła informacji w gospodarce przestrzennej | 4 |
| Ogółem: | | 72 |
| Wynik wyrażony w procentach:* | | 60% |

* odniesienie do liczby punktów ECTS (I stopień 180; II stopień 120, jednolite studia magisterskie 300)

| menedżer branding miast i regionów | | |
|------------------------------------|--|-------------|
| L.p. | Wykaz przedmiotów | Punkty ECTS |
| 1 | design i architektura marki miast i regionów | 4 |
| 2 | dziedzictwo kulturowe i tożsamość lokalna w branding | 4 |
| 3 | marka instytucji publicznej | 3 |
| 4 | tożsamość miast i regionów | 5 |

| | |
|--|-----|
| Ogółem: | 16 |
| Ogółem: Przedmioty (ogólnouczelniane, podstawowe, kierunkowe, pozostałe przedmioty/moduły, inne do zaliczenia) + menad er brandingu miast i regionów | 88 |
| Wynik wyra ony w procentach:* | 73% |

* odniesienie do liczby punktów ECTS (I stopie 180; II stopie 120, jednolite studia magisterskie 300))

| menad er wizerunku i promocji miast i regionów | | |
|---|---|-------------|
| L.p. | Wykaz przedmiotów | Punkty ECTS |
| 1 | analiza danych przestrzennych | 5 |
| 2 | kreowanie wizerunku miast i regionów | 4 |
| 3 | promocja wydarze lokalnych i regionalnych | 4 |
| 4 | strategie innowacyjne miast i regionów | 5 |
| 5 | zarz dzanie w kryzysie wizerunkowym | 3 |
| Ogółem: | | 21 |
| Ogółem: Przedmioty (ogólnouczelniane, podstawowe, kierunkowe, pozostałe przedmioty/moduły, inne do zaliczenia) + menad er wizerunku i promocji miast i regionów | | 93 |
| Wynik wyra ony w procentach:* | | 78% |

* odniesienie do liczby punktów ECTS (I stopie 180; II stopie 120, jednolite studia magisterskie 300))

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: analiza danych przestrzennych (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_39S | |
|---|--|--|--|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menadżer wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna i rozumie powiązania z wielowymiarowością procesów zachodzących w ramach gospodarowania przestrzeni miejskiej i regionalnej | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student zna i rozumie wielowymiarowe zależności pomiędzy procesami i zjawiskami występującymi w rozwoju poszczególnych regionów | K_W09 |
| | 3 | EP3 | Student zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej na poziomie umożliwiający adekwatne opisywanie i interpretowanie zjawisk i procesów istotnych z punktu widzenia postrzegania miast i regionów | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Student potrafi wykorzystywać nabytą wiedzę z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do analizy i oceny zjawisk i procesów społeczno-gospodarczych związanych z rozwojem oraz funkcjonowaniem przestrzeni miejskiej i regionalnej | K_U01 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi dobrać i wykorzystywać odpowiednie metody i narzędzia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do rozwiązywania problemów z zakresu rozwoju regionalnego | K_U03 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi modelować zjawiska i procesy społeczno-gospodarcze przy wykorzystaniu narzędzi wchodzących w skład Wielowymiarowej Analizy Statystycznej | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów WAs i zachowuje ostrożny i krytyczny w wyrażeniu opinii na podstawie przeprowadzonych badań z wykorzystaniem narzędzi wchodzących w skład Wielowymiarowej Analizy Statystycznej | K_K02 |
| | 2 | EP8 | Student jest gotów do krytycznej oceny zdobytej wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w badaniu zjawisk i procesów zachodzących w przestrzeni miejskiej i regionalnej | K_K01 |
| | 3 | EP9 | Student jest gotów do stosowania wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w rozwiązywaniu problemów o charakterze poznawczym i pragmatycznym z zachowaniem zasad etyki zawodowej | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| Problematyka badań wielowymiarowych przestrzeni miejskiej i regionalnej. Miasto i region w teorii i praktyce. Dobór i wybór zmiennych diagnostycznych. Grupowanie i porządkowanie obiektów wielocechowych. Ocena wyników badań. Potrzeba prowadzenia analiz wielowymiarowych przestrzeni regionalnej. Określenie obiektu badań. Kwantyfikacja obszaru badawczego. Problematyka stosowania metod wielowymiarowej analizy statystycznej (WAS). Zastosowania wyników badań regionalnych. | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań | | | |

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | PROJEKT | EP4,EP5,EP6 |
| | ZAJ ĆCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP7,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zajęcia laboratoryjne - zaliczenie na podstawie przygotowanego projektu. Wykłady - egzamin pisemny obejmujący wiedzę z wykładów i zalecanej literatury przedmiotu. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena końcowa stanowi średnią arytmetyczną ocen z zajęć laboratoryjnych i wykładów. | |
| Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz. | 125 | |
| Liczba punktów ECTS | 5 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|--|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: archeologia w słu bie idei i polityki (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3440_8S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student/studentka zna wybrane założenia metodologiczne stosowane w archeologii oraz ich kontekst pozanaukowy | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student/studentka zna kontekst historyczny początków archeologii jako dyscypliny naukowej oraz społeczne, polityczne i propagandowe determinanty jej rozwoju | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student/studentka posiada wiedzę o przykładach wpływu czynników politycznych na strategię i programy badawcze, a także na interpretacje odkryć i znalezisk archeologicznych | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | student/studentka potrafi identyfikować przykłady instrumentalnego wykorzystywania dorobku archeologii do celów polityki i propagandy | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student/studentka potrafi analizować zależności pomiędzy wybranymi zjawiskami społecznymi, wydarzeniami politycznymi i wiatem nauki | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | student/studentka rozumie znaczenie kontekstu oraz holistycznej analizy różnych zjawisk z zakresu polityki, nauki i życia społecznego | K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ Ę I KONSULTACJI | | | | |
| Uniwersalizm pomysłu Darwina, czyli co to jest rasizm, kolonializm i archeologia. Jak dobrze mieć korzenie? początki nowoczesnych narodów i początki archeologii jako nauki. Archeologia niezależna? i mit - do czego potrzebna jest Wielka Lechia, dokonania Turbostówian i pochówek Haralda Sinoz bego. Wykorzysta system, czyli wielkie projekty badawcze archeologii polskiej: badania nad początkami państwa polskiego, badania na szlaku w. Jakuba, 900-lecie misji w. Ottona. Historia archeologii na Pomorzu Zachodnim jako odzwierciedlenie polityki państwa. Archeologia o przyszłości? j zyk, narracja i kontekst. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład, prezentacja multimedialna | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Uzyskanie pozytywnej oceny ze sprawdzianu ustnego. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z wykładu jest oceną z przedmiotu. | | | |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 50 |
| Liczba punktów ECTS | 2 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] | | | | |
|--|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: Challenges of modern territorial marketing (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_3S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk angielski j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Knows the basic concepts of modern marketing and can present the process of modern marketing in an enterprise | K_W01 K_W03 |
| | 2 | EP2 | Lists and describes instruments of marketing impact | K_W06 K_W08 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Is able to select and design modern marketing instruments for the indicated example company | K_U02 K_U04 |
| | 2 | EP4 | Identifies the environment and segments on the selected market and adapts marketing solutions to them and constructs the concept of marketing activities for a specific company | K_U03 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Is ready to take proactive actions and is ready to independently supplement his knowledge and practical skills | K_K01 K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Modern marketing mix instruments. Diagnosis, evaluation of application on selected examples. Identifying the modern marketing environment of the enterprise on selected examples. Changes in the segmentation process. Modern behavior of buyers - case study. New trends in marketing - case study. The genesis and directions of changes in modern marketing. Marketing orientations. Modern marketing approach. Internet marketing. Determinants of marketing development in modern companies. Modern marketing environment, environmental factors, trends in the environment. Modern behavior of buyers. Marketing mix instruments. | | | | |
| Metody kształcenia | individual tasks within a prepared project, lectures | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJ ĆIĄ PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Classes - credit with a grade based on class activity, partial grades for performing individual tasks within a prepared project. Lectures - credit with a grade based on the results of the final written test in the field of lecture content and recommended literature after passing the exercises. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| The final grade is the arithmetic average of the lectures and exercises grades. | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: decyzje menadżerskie w miastach i regionach (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_17S | |
|--|--|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student ma wiedzę na temat procesu i narzędzi wspierających podejmowanie decyzji. | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student rozumie wielorakie uwarunkowania procesu decyzyjnego, w tym aspekty behawioralne w tym procesie. | K_W09 K_W10 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Student posiada umiejętności w zakresie diagnozowania i analizowania problemu decyzyjnego, a także przygotowania wariantów i ostatecznego rozwiązania oraz jego skutecznego wdrożenia. | K_U01 |
| | 2 | EP4 | Student potrafi prowadzić konstruktywne dyskusje i rekomendować najbardziej efektywne rozwiązania problemu decyzyjnego. | K_U06 |
| | 3 | EP5 | Student potrafi przewodzić zespołowi oraz skutecznie współdziałać z członkami w ramach rozwiązywania problemów decyzyjnych | K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | Student jest gotów do podejmowania ryzyka i ponoszenia odpowiedzialności w warunkach niepewności. | K_K05 |
| | 2 | EP7 | Student jest gotów do podejmowania efektywnych działań z poszanowaniem zasad etyki zawodowej. | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Decyzje strategiczne i taktyczne. Definiowanie problemu. Analiza i narzędzia wspierające proces decyzyjny. Wypracowanie wariantów rozwiązania. Wybór najlepszego rozwiązania i skuteczne wdrożenie. Rola menedżera. Modele podejmowania decyzji</p> <p>Fazy procesu podejmowania decyzji</p> <p>Fazy procesu podejmowania decyzji. Decyzje w warunkach niepewności. Behawioralne aspekty podejmowania decyzji. Moderowanie decyzji grupowych.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład informacyjny i problemowy połączony z dyskusją moderowaną i prezentacją multimedialną, Dyskusja i praca w grupach nad konkretnymi studiami przypadku podczas wicze, Gra decyzyjna połączona z prezentacją rezultatów. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | PREZENTACJA | | | EP1,EP2,EP3 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP4,EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wyczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonania zadań wyczeniowych oraz aktywności podczas zajęć. Wykład - egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocenę z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna uzyskana z zaliczenia i egzaminu. | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: design i architektura marki miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_34S | |
|---|---|--|---|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er brandingu miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna podstawowe zasady planowania i budowania marki dla miasta i regionu | K_W03 K_W04 K_W06 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Student potrafi zaplanowa dzia łanie zwi zane z budowaniem marki miasta i regionu. Zna zasady tworzenia marki regionalnej oraz jest przygotowany do podejmowania odpowiednie dzia łania w celu budowania marki miast i regionu. | K_U01 K_U04 K_U07 |
| kompetencje spo łeczne | 1 | EP3 | Student jest przygotowany do poszukiwania rozwi za dla omawianych zagadnie dzi ki wykorzystaniu posiadanej wiedzy z zakresu tworzenia marki miasta i regionu. Potrafi równie w krytyczny sposób spojrze na nieetyczne dzia łania. | K_K02 K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Design i architektura marki w nowoczesnym marketingu. Startegie budowania architektury marki miasta i regionu. Projektowanie marki miasta i regionu. Rola osobowo ci marki w tworzeniu strategii marki miasta. Rebranding, stereotypy i cliches marki regionu i miasta. Branding miasta i regionu a nowe media. Storytelling miasta. Budowanie strategii architektury marki regionu i miasta. Projektowanie to samo ci marki. Tworzenie osobowo ci marki miasta i regionu. Rebranding miasta i regionu. Wykorzystanie nowych mediów do budowaniu marki miasta i regionu. Tworzenie storytelling dla miasta lub regionu. Prezentacja projektów. | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | | | EP1,EP2,EP3 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wykładu: uzyskanie z kolokwium zaliczeniowego (obejmuj cego zagadnienia z wykładów i wskazanej literatury) min. 60%. wicznia: zaliczenie na podstawie przygotowania i przedstawienia projektu. Student otrzymuje ocen dostateczn z wicze , je li otrzyma co najmniej 60% punktów mo liwych do zdobycia. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen ko ców z przedmiotu jest rednia arytmetyczna z wykładu i wicze , uzyskiwana pod warunkiem otrzymania pozytywnych ocen z ka dej cz ci. | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_33S | |
|---|----------------------|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er branding miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna i rozumie podstawowe zało enia przestrzennego zró nicowania elementów dziedzictwa kulturowego i ich wpływu na rozwój społeczno-kulturowy regionu i jego specyfiki terytorialnej | K_W02 K_W03 |
| | 2 | EP2 | zna zaawansowane narz dzia badawcze i statystyczne, jak równie wszelkiego rodzaju ró dła informacji odnosz ce si do dziedzictwa kulturowego oraz procesów budowania to samo ci regionalnej (lokalnej) | K_W05 |
| | 3 | EP3 | zna elementy potencjału kulturowego jednostek terytorialnych, głównie w zakresie obecno ci elementów dziedzictwa kulturowego, jak równie rozumie ich znaczenie w kreowaniu marki terytorialnej, bazuj cej na indywidualnej i zbiorowej to samo ci miejsca | K_W07 |
| | 4 | EP4 | rozumie rol samorz dów terytorialnych w budowaniu to samo ci lokalnej w oparciu o zasoby dziedzictwa kulturowego regionu | K_W04 |
| umiej tno ci | 1 | EP5 | potrafi analizowa i interpretowa procesy oraz zjawiska zwi zane z kształtowaniem to samo ci lokalnej, bazuj c na elementach regionalnego dziedzictwa kulturowego | K_U01 |
| | 2 | EP6 | potrafi interpretowa zale no ci pomi dzy elementami dziedzictwa kulturowego a procesami branding miast i regionów | K_U04 K_U05 |
| | 3 | EP7 | potrafi doбира i wykorzystywa zaawansowane narz dzia i metody badawcze, jak równie odpowiednie techniki informacyjne do formułowania wniosków i rozwi zywania problemów z zakresu branding miast i regionów w oparciu o zasoby dziedzictwa kulturowego regionu | K_U03 |
| | 4 | EP8 | potrafi planowa działania, przygotowywa odpowiednie opracowania oraz ekspertyzy z zakresu kształtowania branding w oparciu o elementy dziedzictwa kulturowego i to samo ci lokalnej miejsca, jak równie potrafi odpowiednio kierowa własnym rozwojem kompetencji w tym zakresie | K_U07 K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP9 | jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych tre ci w zakresie kształtowania to samo ci lokalnej i wpływu elementów dziedzictwa kulturowego na postrzeganie marki miejsca i jej zarz dzanie | K_K01 |
| | 2 | EP10 | jest gotów do podejmowania działa na rzecz budowania to samo ci lokalnej i interpretacji dziedzictwa kulturowego w procesach branding miast i regionów | K_K04 |
| | 3 | EP11 | jest gotów do działania i my lenia w sposób kreatywny w inicjowaniu działa na rzecz interesu lokalnych i regionalnych społeczno ci, w poszanowaniu ich rozwoju zrównowa onego i z zachowaniem odniesienia do tradycji i elementów dziedzictwa kulturowego | K_K03 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

Dziedzictwo kulturowe regionu - identyfikacja, formy i przestrzenne zró nicowanie. Znaczenie elementów dziedzictwa kulturowego w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca. Podstawowe elementy dziedzictwa kształtują ce mark miejsca. Relacje i zale no ci: dziedzictwo kulturowe - to samo miejsca - społeczno - marka - zarz dżanie. Dziedzictwo trudne, zapomniane, niechciane... Problemy w kreowaniu marki wynikaj ce z identyfikacj i akceptacj elementów dziedzictwa. Metody analizy dziedzictwa kulturowego pod k tem rozwoju procesów branding u miejsca. Analiza studium przypadków - wykorzystanie elementów dziedzictwa kulturowego w procesach branding u. Interpretacja i zarz dżanie dziedzictwem kulturowym pod wzgl dem jego wykorzystania w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca.

| | | |
|--|--|-----------------------------------|
| Metody kształcenia | panel dyskusyjny i studium przypadków, projekt - praca semestralna, b d cy analiz wybranych studiów przypadków, wykład połączony z prezentacją multimedialną | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | EP1,EP3,EP4 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP10,EP11,EP2,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie pracy pisemnej, b d cej analiz wybranego przypadku wpływu elementów regionalnego dziedzictwa kulturowego na rozwój marki regionalnej i sposób jej zarz dżania. Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki testu pisemnego sprawdzającego teoretyczną wiedzę z zakresu dziedzictwa kulturowego i jego zale no ci z procesami branding u miast i regionów | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena końcowa jest wyliczana jako średnia ważona: 75% zaliczenie ćwiczeń i 25% zaliczenie wykładów | |
| Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 | |
| Liczba punktów ECTS | 4 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: ekonomia menedżerska (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_3S | |
|---|---|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna proces podejmowania optymalnych decyzji i rozumie ich znaczenie dla wyników ekonomicznych organizacji. | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student rozumie mechanizmy podejmowania optymalnych decyzji w zależności od występujących ograniczeń rynkowych. | K_W09 |
| | 3 | EP3 | Student rozumie znaczenie decyzji mikroekonomicznych dla przebiegu procesów gospodarczych w skali regionalnej | K_W02 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Student potrafi analizować wyniki ekonomiczne organizacji i podejmować na ich podstawie optymalne decyzje | K_U01 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi ocenić celowo podejmowanych przez organizację decyzji oraz określić ich wpływ na kondycję organizacji w różnych horyzontach czasowych | K_U02 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi dyskutować na temat decyzji mikroekonomicznych podejmowanych w danych warunkach rynkowych oraz proponować własne rozwiązania | K_U06 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student jest gotów do podjęcia własnej działalności gospodarczej w przyszłości | K_K05 |
| | 2 | EP8 | Student jest gotów do ponoszenia odpowiedzialności za swoje decyzje i zachowania w otoczeniu gospodarczym | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Podstawowe pojęcia i terminy - menedżeryzm, zarządzanie, przedsiębiorstwo, koszt alternatywny. Case studies. Podejmowanie decyzji w warunkach niepewności - niepewność, prawdopodobieństwo i wartość oczekiwana. Drzewa decyzyjne. Decyzje sekwencyjne. Niechęć do ryzyka. Teoria gier a strategia konkurencji. Analiza tablicy wypłat. Strategia konkurencji. Asymetria informacji a struktura organizacji. Negocjacje. Ekonomiczne źródła korzystnego porozumienia. Negocjacje złożone. Strategia negocjacji. Planowanie i ocena przedsięwzięcia inwestycyjnych. Wartość zaktualizowana i dyskontowanie. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Właściwa wysokość stopy dyskontowej. Decyzje menedżerskie w kontekście problematyki zrównowoczonego rozwoju. Etyczny aspekt zarządzania. Wprowadzenie do ekonomii menedżerskiej. Rola menedżera w organizacji i uwarunkowania jego pracy. Proces podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie. Rodzaje decyzji menedżerskich. Etapy podejmowania decyzji. Decyzje a ryzyko i niepewność. Otoczenie przedsiębiorstwa. Uwarunkowania mikro-, mezo- i makroekonomiczne. Regulacje administracyjne. Struktura i formy rynku. Niedoskonałości rynkowe. Analiza popytu i jego znaczenie dla optymalnej polityki cenowej. Czynniki określające popyt. Elastyczność popytu. Decyzje menedżerskie w procesie produkcji. Produkcja w krótkim i długim okresie. Mierzenie funkcji produkcji. Analiza kosztów i optymalne decyzje. Koszty produkcji w krótkim i długim okresie. Korzyści skali. Podejmowanie decyzji w różnych strukturach rynkowych. Konkurencja doskonała. Podejmowanie decyzji w różnych strukturach rynkowych. Konkurencja niedoskonała (konkurencja monopolistyczna, oligopol, monopol). Regulacja, dobra publiczne oraz analiza kosztów i korzyści. Zawodność rynku i regulacja. Ocena przedsięwzięcia publicznych. Wpływ polityki fiskalnej i monetarnej na optymalne decyzje przedsiębiorstwa.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | dyskusja, prezentacje multimedialne, rozwiązywanie zadań, Wykład informacyjny, analiza przypadków, analiza danych rzeczywistych | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3 |
| | KOLOKWIUM | EP4,EP5 |
| | ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP6,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady: egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach i oceny z pisemnego kolokwium | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i ćwiczeń | |
| Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz. | 100 | |
| Liczba punktów ECTS | 4 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
| Nazwa przedmiotu: etykieta j zykowa w kontaktach zawodowych (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_12S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna poj cie etykiety j zykowej i jej funkcj w kontaktach mi dzyludzkich | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna normy polskiej grzeczno ci j zykowej | K_W01 |
| | 3 | EP3 | ma wiedz na temat pragmatycznych aspektów komunikacji j zykowej | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | potrafi w praktyce wykorzysta normy grzeczno ci j zykowej | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi dostosowa j zyk wypowiedzi do sytuacji komunikacyjnej | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | rozumie potrzeb ci głego doskonalenia swoich kompetencji j zykowych | K_K02 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Istota i zasady etykiety j zykowej. Warunki sprawno ci i skuteczno ci komunikacyjnej. Grzeczno j zykowa w komunikacji bezpo redniej i korespondencji. Tytulatura, zwroty adresatywne, relacje oficjalne, relacje ?na ty?, warunki zmiany relacji. Strategie j zykowe wobec ró nych sytuacji komunikacyjnych i grup odbiorców (m.in.: oficjalno ? potoczno , etykieta biznesowa- etykieta towarzyska). Kulturowe determinanty grzeczno ci j zykowej. Modele grzeczno ci j zykowej w ró nych krajach. Etykieta j zykowa w dyskursie publicznym i nowych mediach elektronicznych. Zasady prowadzenia dyskusji. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład konwersatoryjny z prezentacj multimedialn , analiza tekstów | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie co najmniej 60% punktów z kolokwium. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest ocen z wykładu. | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 50 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 2 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | |
|--|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_27S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|------|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | zna podstawowe źródła informacji niezbędne do projektowania przedsięwzięć oraz projektów samorządowych | K_W05 |
| | 2 | EP2 | wie, jakie są zasady przygotowywania opracowań na potrzeby realizacji projektów samorządowych, w tym na potrzeby projektów realizowanych w ramach programów Unii Europejskiej | K_W07 |
| | 3 | EP3 | zna zasady i mechanizmy planowania wsparcia finansowego dla realizacji projektów samorządowych, ze szczególnym uwzględnieniem funduszy Unii Europejskiej | K_W08 |
| | 4 | EP4 | zna oraz rozumie uwarunkowania o charakterze ekonomicznym, finansowym i organizacyjnym, decydujące o planowaniu i powodzeniu realizacji projektów samorządowych | K_W09 |
| | 5 | EP5 | zna zasady i mechanizmy pozyskiwania wsparcia finansowego dla realizacji projektów samorządowych, ze szczególnym uwzględnieniem funduszy Unii Europejskiej | K_W10 |
| umiejętności | 1 | EP6 | potrafi dostrzec, analizować i wykorzystywać informacje oraz uwarunkowania, sprzyjające realizacji projektów samorządowych, dostrzec powiązania funkcjonalne pomiędzy JST | K_U01 |
| | 2 | EP7 | potrafi analizować czynniki rozwoju miast i regionów (w tym obszarów funkcjonalnych) niezbędne do prawidłowego formułowania założeń projektów samorządowych | K_U04 |
| | 3 | EP8 | potrafi dostrzec i analizować czynniki ryzyka oraz problemy, których istnienie będzie warunkowało tworzenie projektów samorządowych, ze szczególnym uwzględnieniem projektów UE | K_U05 |
| | 4 | EP9 | potrafi przygotować wnioski o dofinansowanie oraz dokumentację, niezbędną do pozyskiwania środków na finansowanie przedsięwzięć samorządowych, szczególnie współfinansowanych ze środków UE | K_U07 |
| | 5 | EP10 | potrafi zorganizować i zarządzać pracami zespołów projektowych, przygotowujących wnioski o dofinansowanie oraz dokumentację niezbędną do pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania, w tym funduszy Unii Europejskiej | K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP11 | jest gotów do przedsięwzięcia biurowego i kreatywnego myślenia w zakresie planowania przedsięwzięć samorządowych oraz poszukiwania źródeł ich finansowania | K_K03 |
| | 2 | EP12 | jest gotów do inspirowania działań samorządowych oraz społecznych, mających na celu planowanie i realizowanie przedsięwzięć samorządowych, w tym finansowanych ze źródeł zewnętrznych | K_K04 |
| | 3 | EP13 | jest otwarty na zmiany na ciągłe rozwijanie swojego potencjału zawodowego, w zakresie realizacji projektów samorządowych, w tym do poszukiwania źródeł ich finansowania | K_K06 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

ródła finansowania przedsi wzi samorz dowych. Projekty samorz dowe finansowane z UE. Procedury ubiegania si o rodki UE. Zarz dzanie projektami finansowanymi z UE. Dobre praktyki i projekty samorz dowe. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych. Podstawowe poj cia zwi zane z fundraisingiem. Fundusze strukturalne UE. Programy operacyjne. Pozostałe fundusze i programy UE. Zarz dzanie projektami samorz dowymi. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych.

| | | |
|---------------------------------------|---|---|
| Metody kształcenia | Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, wiczenia warsztatowe, Case study, Praca na dokumentacji konkursowej | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | Nr efektu uczenia si z sylabusa |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | PROJEKT | EP1,EP10,EP11,EP12,EP13,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP10,EP11,EP12,EP13,EP6 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wicze odbywa si na podstawie projektu przedsi wzi samorz dowych w oparciu o konkretne ródło finansowania, który jest oceniany w oparciu o Kart Oceny Merytorycznej Projektu (KOM) | |
| | Zaliczenie wykładów odbywa si w formie pisemnego egzaminu z tre ci prezentowanych na wykładach, uzupełnionych wskazan literatur . | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu jest redni arytmetyczn oceny z wykładów i wicze . | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 125 | |
| Liczba punktów ECTS | 5 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|--|----------------------|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_2S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk angielski j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalające na zrozumienie tekstów o charakterze akademickim, w tym dotyczących w szczególności problemów brandingu miast i regionów | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP2 | Potrąfi uchwycić główne i wiążące szczegółowych treści przekazu ustnego (długie wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnień z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nadających za zawartymi w nim wywodami | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrąfi czytać ze zrozumieniem złożone artykuły i inne teksty naukowe prezentujące określone stanowiska i poglądy dotyczące problemów brandingu miast i regionów | K_U08 |
| | 3 | EP4 | Potrąfi prowadzić swobodne rozmowy oraz uczestniczyć w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnień z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiając swoje zdanie i broniąc swoich poglądów | K_U06 K_U08 |
| | 4 | EP5 | Potrąfi przygotować i zaprezentować długą wypowiedź monologiczną na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzystość swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań | K_U06 K_U08 |
| | 5 | EP6 | Potrąfi przygotować opracowanie pisemne na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzystość swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań | K_U07 K_U08 |
| | 6 | EP7 | Potrąfi samodzielnie planować i organizować doskonalenie swoich kompetencji językowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia się przez całe życie oraz ukierunkowywać innych w tym zakresie | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji językowych i ich stałego aktualizowania i doskonalenia | K_K01 |
| | 2 | EP9 | Jest gotów do rozwijania dorobku zawodowego w obszarze brandingu miast i regionów z wykorzystaniem komunikacji w języku obcym | K_K06 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| <p>Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.</p> | | |
| Metody kształcenia | konwersacje; symulacja scenek z życia codziennego; słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości; oglądanie krótkich filmów; czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów; ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne); pisanie krótkich tekstów (maile, listy, streszczenia); prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP3,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP6,EP7 |
| | PREZENTACJA | EP1,EP5,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP4,EP5,EP7,EP8,EP9 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | Egzamin ustny. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Ocenę z przedmiotu stanowi ocena z egzaminu. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: j zyk francuski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_3S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk francuski j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusa |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocena z egzaminu | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|--|---|--|---|--|
| Nazwa przedmiotu: j zyk hiszpa ski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_5S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk hiszpa ski j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonala ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocena z egzaminu | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|--|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3508_1S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk niemiecki j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonala ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusa |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocena z egzaminu | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|---|---|--|---|--|
| Nazwa przedmiotu: j zyk rosyjski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_4S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski j zyk rosyjski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusa |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocena z egzaminu | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|--|----------------------|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: jzyk współczesnej komunikacji medialnej (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_6S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Jzyk przedmiotu: semestr: 3 - jzyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna podstawowe pojęcia z zakresu komunikowania, rozumie specyfikę komunikacji w mediach, dostrzega jej źródła i tendencje | K_W01 |
| | 2 | EP2 | ma wiedzę na temat jzyka we współczesnej komunikacji medialnej i jego funkcji w mediach tradycyjnych i internetowych, zna najnowsze tendencje związane z komunikacją w mediach, rozumie zachodzące procesy | K_W01 |
| | 3 | EP3 | rozumie podstawowe zależności występujące w obszarze komunikacji medialnej, dostrzega wpływ czynników społecznych, politycznych i kulturowych oraz innych uwarunkowań zewnętrznych na przemiany jzyka współczesnych mediów | K_W01 |
| | 4 | EP4 | rozumie rolę komunikacji medialnej w funkcjonowaniu współczesnego społeczeństwa i znaczenie poprawnego jzykowego kształtowania przekazów medialnych z perspektywy realizacji funkcji informacyjnych | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP5 | potrafi wskazać najważniejsze właściwości jzyka w mediach, dostrzega istotne zjawiska i procesy zachodzące w komunikacji medialnej, potrafi sformułować wypowiedź na temat jzyka współczesnych mediów | K_U01 |
| | 2 | EP6 | rozpoznaje cechy współczesnej komunikacji medialnej w różnych typach tekstów, potrafi analizować i właściwie interpretować przekazy medialne, wskazuje zastosowane środki jzykowe i określa ich funkcje w tekstach, dostrzega zachowania jzykowe obniżające jako komunikacji medialnej | K_U01 |
| | 3 | EP7 | potrafi wyszukiwać informacje z wykorzystaniem różnych źródeł, dokonuje selekcji publikowanych treści, przyjmując kryteria pozwalające określić ich rzetelność i przydatność, analizuje poprawność jzyka w mediach | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | jest przygotowany do korzystania z mediów jako źródła informacji, dokonuje oceny komunikatów medialnych pod kątem ich właściwości jzykowych, z uwzględnieniem zasad etycznych, rozumie znaczenie odpowiedzialności za zachowania jzykowe i treści przekazywane w komunikacji medialnej | K_K01 |
| | 2 | EP9 | jest świadomym odbiorcą przekazów medialnych, dostrzega oddziaływanie mediów na społeczeństwo i ich rolę w kształtowaniu obrazu rzeczywistości | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |

| | | |
|---|---|--|
| <p>Komunikacja medialna ? wprowadzenie, podstawowe poj cia. Stan bada nad j zykiem w mediach. Przemiany komunikacji medialnej. Media a post p technologiczny. Wpływ czynników zewn trznych (tj. społecznych, politycznych i kulturowych) na j zyk współczesnych mediów. J zykowe odmiany medialne (prasowa, radiowa, telewizyjna, internetowa). Media tradycyjne i media elektroniczne ? zale no ci na płaszczy nie komunikacyjnej. Specyfika współczesnej komunikacji internetowej. J zyk nowych mediów. Media społeczno ciowe. Konwergencja mediów i jej wpływ na współczesn komunikacj medialn . Media a poprawno j zykowa. Zmiany w etykiecie j zykowej. Kategoria oficjalno ci i znaczenie normy. Ekspansja potoczno ci w mediach. Brutalizacja j zyka, agresja j zykowa, mowa nienawi ci. Ekspresywne nacechowanie j zyka w mediach. Pot gowanie wyrazisto ci w komunikacji medialnej. Kreatywno w j zyku mediów. Efektywne projektowanie tre ci. Twórcze wykorzystanie rodków j zykowych. Społeczne oddziaływanie mediów. Obraz rzeczywisto ci kreowany w j zyku mediów. Wyra anie warto ciowania. Perswazja i manipulacja w mediach. Techniki manipulacji medialnej. Media w perspektywie aksjologicznej. J zyk mediów jako no nik warto ci. Etyczne aspekty komunikacji medialnej. Obiektywno , wolno i odpowiedzialno . Kategoria prawdy. Najnowsze tendencje w j zyku mediów. Perspektywy, szanse, zagro enia.</p> | | |
| Metody kształcenia | wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, analiza tekstów, dyskusja problemowa | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | Student przygotowuje prac pisemn z wykorzystaniem wiedzy i umiej tno ci uzyskanych podczas wykładów | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocen z przedmiotu jest ocena z wykładu | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_9S | |
|---|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna pojęcie finansów publicznych oraz charakteryzuje ich zakres i przedmiot oraz definiuje podstawowe kategorie ekonomiczne charakterystyczne dla instytucji finansowych. | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student zna elementy regionalnych rynków finansowych, interesariuszy regionalnych instytucji finansowych oraz usługi w ramach regionalnych instytucji finansowych. | K_W02 K_W04 |
| | 3 | EP3 | Student zna i rozumie determinanty finansów i kapitału rzeczowego jednostek samorządu terytorialnego. | K_W03 K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Student potrafi analizować i interpretować zagadnienia z zakresu finansów regionalnych w ujęciu instytucjonalnym i instrumentalnym. | K_U01 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi wykrywać i oceniać determinanty dochodów i kosztów jednostek samorządu terytorialnego. | K_U02 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi dyskutować na temat regionalnych rynków finansowych oraz regionalnych instytucji finansowych. | K_U06 |
| | 4 | EP7 | Student potrafi planować i organizować samodzielnie oraz w grupie rozwiązywanie problemów dotyczących regionalnych instytucji finansowych. | K_U09 K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | Student jest gotów do podejmowania właściwych decyzji w zakresie wyboru determinant rozwoju lokalnego i regionalnego | K_K05 K_K07 |
| | 2 | EP9 | Student jest gotów do wyrażania opinii dotyczących oceny funkcjonowania finansów regionalnych w ujęciu instytucjonalnym i instrumentalnym. | K_K02 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Istota, rola i znaczenie finansów. Miejsce finansów regionalnych w finansach publicznych. Pojęcie i znaczenie rynku finansowego w gospodarce. Finanse samorządowe. Budżet jako podstawa gospodarki finansowej jednostki samorządu terytorialnego. Charakterystyka kapitału rzeczowego miast i regionów. Rola i znaczenie regionalnych instytucji finansowych, banki spółdzielcze na regionalnym rynku finansowym. Regionalne instytucje parabankowe. Regionalne instytucje finansujące. Organizacje samorządowe. Finanse samorządowe. Budżet JST, procedura budżetowa, deficyt a nadwyżka budżetowa. Efektywna gospodarka finansowa jednostek samorządowych. Analiza budżetu wybranej JST. Regionalne instytucje finansowe a regionalne instytucje finansujące. Analiza oferty regionalnych instytucji finansowych. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, wykład informacyjny | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP9 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |

| | | |
|--------------------------------------|---|-----|
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonywanych zadań wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną z wykładów i ćwiczeń | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 |
| Liczba punktów ECTS | | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: kreowanie wizerunku miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_38S | |
|--|---|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna poj cia i specyfik działa wizerunkowych oraz Public Relations na rynku oraz w przestrzeni komunikacji społecznej. | K_W06 |
| | 2 | EP2 | Student zna podstawowe formy tworzenia tre ci w mediach konwencjonalnych i społeczno ciowych. | K_W08 |
| | 3 | EP3 | Student zna zasady etyki mediów/ formalne i nieformalne sposoby post powania w przypadku narusze etyki. | K_W09 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | Student potrafi sformułowa tre komunikatów w PR. | K_U07 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi przygotowa konferencj prasow i j poprowadzi . | K_U06 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi pracowa zespołowo, wciela si w odpowiednie role w zespole zadaniowym. | K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student jest gotów działa etycznie i zgodnie z zasadami kodeksów post powania w mediach. | K_K07 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Public Relations i współczesne media w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Sponsoring jak element PR i marketingu miejsc. Praca rzecznika prasowego i jego rola w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Wizerunek miast i regionów w marketingu politycznym. Wizerunek miast i regionów jako narz dzie komunikacji społecznej. Etyka mediów i przekazu. Wewn trzny wizerunek miast i regionów - marketing wewn trzny w organizacji lub jednostce samorz du terytorialnego. Konferencja prasowa i komunikaty prasowe w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Formy komunikacji prasowej. PR w marketingu miejsc. Publicity i word of mouth w kreowaniu wizerunku miast i regionów. e-PR w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Konstruowanie projektu działa PR kreuj cego po dany wizerunek miast i regionów. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład uczestnicz cy, studia przypadków, symulacje, prezentacje audio video. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | | | EP4 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bie cej oceny poprawno ci wykonywanych zada , w tym przygotowania projektu działa PR, oraz aktywno ci podczas zaj . Wykład - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki kolokwium z zakresu tre ci wykładowych i literatury. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen z przedmiotu jest rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze . | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | |
|--|----------------------|--|---|
| Nazwa przedmiotu: marka etniczna i narodowa (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_24S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowi zkowy | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie koncepcje, teorie i podstawowe poj cia marki etnicznej i narodowej. | K_W02 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie czynniki rozwojowe oraz społeczno-kulturowe uwarunkowania działalno ci marki etnicznej i narodowej. | K_W03 |
| | 3 | EP3 | Zna główne elementy potencjału rynkowego wybranego terytorium oraz zasady przygotowania opracowa diagnostycznych, projektowych i strategicznych na potrzeby marki etnicznej i narodowej. | K_W07 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | Potrafi wykrywa , analizowa i interpretowa wybrane zjawiska i procesy zwi zane z marketingiem etnicznym i narodowym oraz formułowa i weryfikowa hipotezy badawcze dotycz ce czynników i mechanizmów rozwoju marki narodowej. | K_U01 K_U02 |
| | 2 | EP5 | Potrafi w sposób pogł biony ocenia istniej ce rozwi zania wybranych problemów specjalistycznych zakresu marki etnicznej i narodowej | K_U05 |
| | 3 | EP6 | Potrafi przygotowa pisemne opracowanie dotycz ce wybranych problemów specjalistycznych z zakresu marki etnicznej i narodowej. | K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do działania i my lenia w sposób przedsi biorczy i kreatywny w inicjowaniu działa na rzecz interesu publicznego w kontek cie marki etnicznej i narodowej. | K_K03 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów do wypełniania zobowi za społecznych oraz inspirowania i organizowania działa na rzecz rozwoju społeczno ci regionalnych w kontek cie marki etnicznej i narodowej. | K_K04 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

Koncepcje, teorie i podstawowe poj cia marketingu etnicznego i narodowego. To samo i wizerunek w marketingu etnicznym i narodowym. Budowanie marki narodowej. Strategia pozycjonowania marki etnicznej i narodowej. Zarz dzanie relacjami rynkowymi w kontek cie marki etnicznej i narodowej. Wybrana marka etniczna lub narodowa - okre lenie czynników rozwojowych. Wybrana marka etniczna lub narodowa w kontek cie analizy to samo ci i wizerunku. Wybrana marka etniczna lub narodowa - ocena istniej cej marki. Wybrana marka etniczna lub narodowa - analiza kampanii promocyjnej. Wybrana marka etniczna lub narodowa - charakterystyka rynku.

| | | |
|---|---|---------------------------------|
| Metody kształcenia | Wykłady informacyjne, problemowe i konwersatoryjne, analiza tekstów z dyskusją, burza mózgów, zaj cia praktyczne, praca indywidualna. | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | Nr efektu uczenia si z sylabusa |
| | KOLOKWIUM | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP5,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | |

| | |
|---|--|
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady - zaliczenie z ocena na podstawie kolokwium końcowego z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z ćwiczeń. Ćwiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie ocen częściowych za wykonywane prace analityczne oraz aktywność podczas zajęć. |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | Ocena z przedmiotu stanowi średnią ocen z części wykładowej (kolokwium) i ćwiczeniowej. |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: marka instytucji uyteczności publicznej (SPECJALNOŚCI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_36S | |
|---|--|--|---|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menedżer branding miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna podstawowe pojęcia i zjawiska z obszaru budowania marki instytucji publicznej | K_W02 K_W04 |
| | 2 | EP2 | Student zna podstawowe narzędzia wspierające budowanie marki instytucji publicznej | K_W05 K_W06 |
| | 3 | EP3 | Student rozumie znaczenie budowania marki jako elementu kreowania przewagi konkurencyjnej instytucji publicznej | K_W08 K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Student potrafi wyjaśnić specyficzne aspekty związane z budowaniem marki instytucji publicznej | K_U01 K_U05 |
| | 2 | EP5 | Student dyskutuje i określa potencjalne skutki wdrożenia elementów kreowania marki instytucji publicznej | K_U02 K_U06 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi pracować w zespole rozwiązującym zadania związane z budowaniem marki instytucji publicznej | K_U07 K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student krytycznie ocenia rozwiązania stosowane przez konkretne instytucje publiczne w zakresie budowania marki | K_K02 K_K04 |
| | 2 | EP8 | Student jest świadomy potrzeby uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności | K_K01 K_K05 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| Marka instytucji publicznej ? analiza przypadków. Internet w budowaniu marki instytucji publicznej. PR w instytucji publicznej. Praca w grupach nad opracowaniem projektu marki instytucji publicznej. Prezentacja opracowanych projektów przez studentów. Marka instytucji publicznej - wprowadzenie. New Public Management w instytucji publicznej. Narzędzia wspierające budowanie marki instytucji publicznej. Doradztwo marketingowe w budowaniu marki instytucji publicznej. Kreowanie marki narodowej jako element budowania przewagi konkurencyjnej kraju. Kampanie społeczne jako element budowania marki instytucji publicznej. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład informacyjny, studium przypadku, wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, opracowanie projektu w grupach | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | PROJEKT | | | EP4,EP6,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | | | EP5,EP6,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wyczerpanie - zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach oraz oceny przygotowanego projektu. Wykład - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i ćwiczeń. | | | | |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: marketing strategiczny miast i regionów (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_19S | |
|--|--|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna proces zarządzania marketingowego w JST | K_W07 |
| | 2 | EP2 | Wymienia i charakteryzuje elementy struktury strategicznego planu marketingowego | K_W06 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Konstruuje strategiczny plan marketingowy dla wybranej gminy | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Jest gotowy do krytycznej oceny odbieranych treści z zakresu marketingu strategicznego miast i regionów i ich głębie aktualizowania swojej wiedzy w tym zakresie | K_K01 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| <p>Funkcje współczesnego marketingu strategicznego w JST. Konsekwencje przyjęcia koncepcji marketingowej w JST. Proces strategicznego zarządzania marketingowego. Procedura opracowania strategicznego planu marketingowego w gminie. Analiza bieżącej sytuacji marketingowej gminy, zasady formułowania celów marketingowych. Narzędzia wspomagające proces określania celów i strategii marketingowych. Strategie marketingowe dla gminy, program działań marketingowych, ustalenie budżetu działań i kontrola działań. Analiza zasobów miast i gmin. Identyfikacja czynników wyróżniających gminy konkurencyjne. Przygotowanie analiz portfelowych służących do wyboru strategii marketingowego działania. Formułowanie misji i celów strategicznych dla gminy. Opracowanie strategii marketingowej. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, dyskusja, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wykładów: Egzamin pisemny z treści prezentowanych na wykładach oraz wskazanych pozycjach literatury | | | |
| | Zaliczenie ćwiczeń: na podstawie przygotowanie i zaprezentowanie projektu strategii marketingowej dla wybranego miasta lub regionu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z wykładów i ćwiczeń. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: metodologia nauk społecznych (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_1S | |
|--|--|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie podstawowe zasady metodologii nauk; zna miejsce nauk społecznych w systemie nauki. | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Zna tradycyjne i współczesne orientacje filozoficzno-metodyczne i nurty badawcze w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej. | K_W01 |
| | 3 | EP3 | Zna i rozumie zasady metodologiczne oraz proces poznania i tworzenia wiedzy w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej. | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi ocenić specyfikę i zalety różnych podejść badawczych i metod badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej oraz porządkować informacje płynące z badań specjalistycznych. | K_U03 |
| | 2 | EP5 | Potrafi określić problematykę poszczególnych podejść badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej. | K_U01 K_U05 |
| | 3 | EP6 | Potrafi wybrać procedury badawcze oraz metody służące rozwinięciu określonego problemu naukowego na poziomie pracy magisterskiej. | K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do uznawania znaczenia nauk społecznych, a zwłaszcza ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej dla tworzenia wiedzy. | K_K02 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów doceniać metod naukowych jako podstaw kultury i życia społecznego. | K_K06 |
| | 3 | EP9 | Jest gotów eksponować znaczenie prawdy w badaniach naukowych oraz negatywne skutki fałszu i bzdury w nauce. | K_K07 |
| TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Metodologia, metoda, technika badawcza. Specyfika i struktura wewnętrzna nauk społecznych i ich miejsce w systemie nauki. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w ekonomii. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w socjologii. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej. Postępowanie badawcze w naukach społecznych. Zasady przygotowania eseju z metodologii nauk społecznych. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład akademicki z uwzględnieniem wykładów z pisma. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |

| | |
|--------------------------------------|---|
| Forma i warunki zaliczenia | <p>Warunkiem uzyskania zaliczenia jest pozytywna (co najmniej dostateczna) ocena eseju zwi ązanego z problematyk metodologii nauk społecznych i oddanie go na dwa tygodnie przed sesj ą egzaminacyjn ą. Obj ęto ść eseju 20 tys. znaków. Temat dla ka dej z osób zostanie uzgodniony z prowadz ącym co najmniej miesi ąc przed sesj ą egzaminacyjn ą.</p> <p>Warto ść merytoryczna pracy 0-15 pkt., styl naukowy 0-2 pkt., wykorzystanie literatury i ró ¼e ¼ 0-2 pkt., redakcja i estetyka (0-1).</p> <p>Ocena ko ńcowa: 20-19 pkt. - bdb; 18-17 pkt. db+; 16-15 pkt. db; 14-13 pkt. - dst+; 11-12 pkt. - dst.</p> |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | Ocen ko ńcow z przedmiotu jest ocena z zaliczenia wykładu. |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 50 |
| Liczba punktów ECTS | 2 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: metody i techniki regionalnych badań społecznych (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_20S | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP2 | Student zna różne metody i techniki regionalnych badań społecznych | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Student potrafi korzystać z właściwych metod i technik regionalnych badań społecznych | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Student gotów do uznawania roli metod i technik regionalnych badań społecznych w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych | K_K02 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Etapy procesu badawczego - sformułowanie problemu badawczego. Badania reaktywne i niereaktywne, ilościowe i jakościowe. Obserwacja, ankieta i kwestionariusz wywiadu jako podstawowe narzędzia badań sondażowych. Dobór jednostek do badania - rodzaje prób i ich reprezentatywność. Analiza danych ilościowych i jakościowych. Pojęcie zmiennej, miernika i wskaźnika. Skale pomiarowe. Badanie zmiennych ilościowych i jakościowych. Kodowanie zmiennych. Graficzna prezentacja wyników badań.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, prezentacja multimedialna | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP2,EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP2,EP3,EP4 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Laboratorium - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej oceny aktywności podczas zajęć i rozwiązywania zleceń zadań. | | | |
| | Wykład - zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium podsumowującego z zakresu wykładów i zalecanej literatury. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | | | Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z zaliczenia ćwiczeń i laboratoriów. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|--|--|--|-------------------------------------|
| Nazwa przedmiotu: międzyprzebiegiem, polityką a historią ; demitologizacja wybranych narracji międzyprzebiegów i polityki historycznej (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3440_11S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna wpływ polityki na prowadzone badania naukowe | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student zna podstawowe definicje polityki historycznej, propagandy, mity historycznego i historiozofii | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP3 | student umie interpretować teksty kultury | K_U01 |
| | 2 | EP4 | student potrafi odróżnić politykę historyczną i mity od akademickich badań naukowych | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | student jest gotów do krytycznego myślenia w życiu codziennym | K_K03 |
| | 2 | EP6 | student jest gotów chronić się przed historyczną propagandą polityczną | K_K06 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Polityka historyczna, dzieło nie tylko czasów najnowszych ? zamiast wprowadzenia. Turbostłowanie ? fenomen wcale nie aktualny. Jak nacjonalizmy zepsuły historiografię . Szkolne narracje ? 1 ? chrzest Polski i Pomorza ? międzyprzebiegiem a propagandą . Szkolne narracje ? 2 ? o bitwach, których nie było (Cedynia i Psie Pole) i które w drowały (Lyryskov). | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z elementami dyskusji, prezentacja, praca ze źródłem, pokaz, analiza przypadków | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena koordynatora jest oceną z wykładu | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 50 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 2 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: negocjacje i sztuka argumentacji (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_18S | |
|---|---|--|---|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna podstawowe zasady i style negocjacji | K_W01 K_W02 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie mechanizmy i uwarunkowania determinuj ce pozycj negocjacyjn | K_W03 K_W09 |
| umiej tno ci | 1 | EP3 | Potrafi posługiwa si technikami komunikacyjnymi (zachowania werbalne i niewerbalne) by przekaza komunikat rozmówcy w celu podj cia prawidłowej decyzji i przekona go do swojego stanowiska. | K_U03 K_U06 |
| | 2 | EP4 | Student potrafi planowa i doskonali swoje kompetencje w zakresie negocjacji i sztuki argumentacji | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Student jest gotów do etycznej reakcji na ró norodne zachowania poszczególnych partnerów decyzyjnych | K_K07 |
| | 2 | EP6 | Jest gotów do korzystania z poznanych technik negocjacyjnych do osi gni cia m drego rozwi zania, satysfakcjonuj cego obie strony w maksymalnym stopniu | K_K05 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Podstawowe zasady komunikacji w negocjacjach. wiczenia z zakresu skutecznej komunikacji i argumentacji. Rozbudowane techniki i taktyki negocjacyjne. Negocjacje w praktyce - wiczenia na przykładach praktycznych. Istota, zasady, proces i style negocjacji. Komunikacja i dopasowanie w negocjacjach. Komunikacja werbalna i sztuka argumentacji. Komunikacja niewerbalna. Techniki negocjacyjne. Negocjacje mi dzynarodowe. | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna,, Analiza przypadku, rozwi zywanie zada problemowych,, dyskusja i praca w grupach. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie aktywno ci na zaj ciach, ocen cz stkowych za wykonywanie poszczególnych zada . | | | |
| | Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki ko cowego kolokwium z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wicze . | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze . | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|--|---|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: neurolingwistyka (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3441_2S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student ma zaawansowan i aktualn wiedz dotycz c neuroanatomicznych i neurofizjologicznych podstaw zdolno ci j zykowych, a tak e zaburze , jakie powstaj w wyniku uszkodzenia okre lonych struktur mózgu; student rozumie interdyscyplinarny charakter bada neurolingwistyki i zna główne tendencje jej rozwoju | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student zna na poziomie zaawansowanym terminologi stosowan w neurolingwistyce | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student zna i rozumie na poziomie zaawansowanym zwi zek pomi dzy funkcj okre lonych struktur anatomicznych mózgu a działaniem mechanizmów zdolno ci j zykowych, w tym percepcji i produkcji mowy | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | student wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje ze ródeł pisanych i elektronicznych w celu poszerzenia wiedzy i jej wykorzystania | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student analizuje teksty i prezentacje ustne dotycz ce problematyki neurolingwistycznej, wykrywa i ocenia relacje mi dzy formułowanymi w nich hipotezami a znanymi doniesieniami eksperymentalnymi | K_U01 |
| | 3 | EP6 | student potrafi posługiwa si terminologi stosowan w neurolingwistyce | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiej tno ci i ma wiadomo zło onych mechanizmów b d cych podstaw zdolno ci j zykowych człowieka | K_K01 |
| | 2 | EP8 | student jest otwarty na nowe idee i jest gotów do zmiany opinii w wietle aktualnych bada z zakresu neurolingwistyki | K_K07 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Wprowadzenie do neurolingwistyki. Metody badawcze w neurolingwistyce. Neuroobrazowanie. Neuroanatomiczne podstawy zdolno ci j zykowej. Neurosemantyka. Słownik umysłowy i wiedza konceptualna. Przetwarzanie j zyka na poziomie zda i dyskursu. Produkcja i rozumienie mowy. Nowe modele funkcjonalnej neuroanatomii j zyka. Neurolingwistyka rozwojowa. Wieloj zyczno . Afazjologia. Współczesne trendy w neurolingwistyce. Post p w badaniach nad mózgiem i j zykiem. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład, prezentacja multimedialna | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusa |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest otrzymanie pozytywnej oceny z testu zaliczeniowego. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocen z przedmiotu jest ocena z wykładu. | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_4S | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna podstawowe pojęcia i potrafi określić funkcje oraz sfery działania administracji rządowej i samorządu w kraju | K_W01 K_W02 |
| | 2 | EP2 | student ma wiedzę na temat zasad działania i kompetencji centralnej administracji rządowej i samorządu oraz administracji terenowej | K_W04 K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP3 | student potrafi wykrywać zagrożenia i przyczynowo-skutkowe zachodzące w administracji rządowej oraz samorządu | K_U02 K_U05 |
| | 2 | EP4 | student potrafi interpretować procesy europeizacji administracji rządowej i oceniać rolę w polityce integracyjnej | K_U01 K_U06 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | jest gotów do akceptacji odmiennych poglądów w kwestii organizacji i funkcjonowania administracji publicznej | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| <p>Samorząd terytorialny jako podmiot administracji publicznej. Struktura organizacyjna jednostek samorządu terytorialnego. Zadania samorządu terytorialnego. Gospodarowanie finansami i mieniem samorządowym. Nadzór nad samorządem terytorialnym (cele, funkcje, kryteria, organy i rodzaje nadzoru). Zdefiniowanie pojęcia, funkcji i sfer działania administracji publicznej w Polsce. Struktura i kompetencje centralnej administracji rządowej oraz administracji samorządowej. Organizacja i zasady działania samorządu administracji terenowej. Autonomiczne struktury administracji centralnej? Znaczenie w systemie administracji państwowej. Istota i formy kontroli administracji rządowej.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, analiza przypadków. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4,EP5 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP4,EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia wykładów jest zdanie egzaminu przeprowadzonego w formie pisemnej z treści wykładów i zalecanej literatury. Do egzaminu mogą podejść studenci, którzy otrzymali wcześniej zaliczenie z wicze. Podstaw zaliczenia wicze jest aktywne uczestnictwo w zajęciach, przygotowanie zadania praktycznego, uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium oraz aktywne uczestnictwo na zajęciach. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena końcowa z przedmiotu stanowi ocena z egzaminu. | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|--|--|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: Plain language - prosty język w komunikacji profesjonalnej (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_1S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 3 - język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna reguły redakcji tekstów zgodne z zasadami prostego języka | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna zasady poprawności językowej | K_W01 |
| | 3 | EP3 | ma wiedzę na temat stylistycznego zróżnicowania polszczyzny | K_W01 |
| | 4 | EP4 | zna zasady przygotowania wystąpień publicznych | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP5 | potrafi w praktyce stosować zasady poprawności językowej | K_U01 |
| | 2 | EP6 | umie zredagować tekst zgodnie z wyznacznikami prostej polszczyzny | K_U01 |
| | 3 | EP7 | w pracy zawodowej potrafi skutecznie komunikować w mowie i w piśmie | K_U02 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | wiadomie wykorzystuje wiedzę i umiejętności z zakresu poprawności językowej w praktyce zawodowej | K_K06 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Rola kompetencji językowej i kompetencji komunikacyjnej w kontaktach zawodowych. Zróżnicowanie stylistyczne współczesnej polszczyzny. Wyróżniki stylów funkcjonalnych. Plain language - próba definicji, mity na temat prostej polszczyzny, wyróżniki prostego języka. Zasady komunikacji pisemnej. Wyznaczniki gatunków, kompozycja tekstów, opracowanie graficzne. Korespondencja zawodowa. Tytułatura- sposoby zwracania się do osób pełniących funkcje. Język pisany w komunikacji zawodowej- kryteria poprawności językowej (poprawność stylistyczna, składniowa, ortograficzna, interpunkcyjna). Cechy językowo- stylistyczne tekstów urzędowych i prawniczych ? analiza przykładów, techniki upraszczania tekstów. Język mówiony ? zasady przygotowywania wystąpień publicznych (m.in. struktura wypowiedzi, dobór słownictwa, poprawność artykulacyjna i dykcyjna).</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład problemowy z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, analiza tekstów | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie 60% punktów z kolokwium. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: planowanie przestrzenne (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_22S | |
|---|--|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Ma podstawową wiedzę o specyfice planowania przestrzennego jako działalności praktycznej oraz jego powiązaniu z dyscyplinami pokrewnymi. | K_W02 |
| | 2 | EP2 | Zna podstawowe zasady i modele planowania przestrzennego. | K_W01 |
| | 3 | EP3 | Zna podstawowe uwarunkowania kształtowania przestrzeni zgodnie z wymogami ładu przestrzennego oraz innego rodzaju uwarunkowaniami (społecznymi, gospodarczymi, technicznymi itp.). | K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi analizować dokumenty planistyczne gminy pod kątem ich znaczenia w przeznaczaniu terenu pod różne funkcje zgodnie z zasadami ładu przestrzennego i zrównoważonego rozwoju | K_U05 |
| | 2 | EP5 | Potrafi ocenić przydatność procedur i dobrych praktyk do realizacji zadań związanych z planowaniem przestrzennym w kontekście brandingu miast i regionów | K_U03 |
| | 3 | EP6 | Potrafi wykrywać przejawy kolizji i konfliktów przestrzennych i proponować wybór optymalnego w danych warunkach wariantu zagospodarowania w kontekście brandingu miast i regionów | K_U02 K_U04 |
| | 4 | EP7 | Potrafi przygotować i przedstawić prezentację wybranego zagadnienia z zakresu planowania przestrzennego w kontekście potrzeb brandingu miast i regionów | K_U06 K_U07 |
| | 5 | EP8 | Potrafi pracować samodzielnie i w grupie, wykazując się kreatywnością w podejmowanych działaniach | K_U09 K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP9 | Jest gotów do współpracy i komunikacji w zespole przy wykonywaniu prac z zakresu planowania przestrzennego | K_K05 |
| | 2 | EP10 | Jest gotów do uznawania znaczenia aspektów przestrzennych i ekologicznych funkcjonowania i rozwoju miast i obszarów wiejskich dla prawidłowego kształtowania ich brandingu | K_K02 K_K04 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Planowanie przestrzenne i jego cechy. System planowania przestrzennego w Polsce. Analiza i ocena stanu aktualnego i przewidywanych zmian. Zasady zagospodarowania przestrzennego. Ład przestrzenny i równowaga rozwoju w przestrzeni. Modele planowania przestrzennego. Prognozy i ich rola w planowaniu przestrzennym. Inwentaryzacja, waloryzacja oraz analiza funkcji i form zagospodarowania wybranego obszaru miasta. Diagnoza i analiza uwarunkowania zagospodarowania terenu (wewnętrznych i zewnętrznych). Określenie funkcji oraz kierunków zagospodarowania przestrzennego wybranego obszaru istotnego z punktu widzenia brandingu miast i regionów. Opracowanie projektu zagospodarowania terenu i jego ocena z punktu widzenia korzyści i zagrożeń dla brandingu miast i regionów. Prezentacja projektu (cz. tekstowa i graficzna). | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład akademicki z użyciem wycieczek i materiałów pisma. Prezentacja multimedialna. Film edukacyjny, Praca i dyskusja w grupach. Wykonanie projektu. Prezentacja projektu | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3 |
| | PREZENTACJA | EP5,EP7 |
| | PROJEKT | EP10,EP4,EP6,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | <p>Warunkiem zaliczenia wicze jest pozytywna ocena aktywnego udziału w zajęciach oraz projektu i jego prezentacji. Warunkiem uzyskania zaliczenia wykładu jest pozytywna ocena z egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru. Ocena wicze jest wypadkową oceny aktywnego uczestnictwa w zajęciach - 20%, opracowanie projektu - 40%, prezentacji multimedialnej - 40%. Każde z 10 pytań egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru oceniane jest w skali 0-1 pkt. Uzyskane punkty przeliczane są na oceny w następujący sposób: 10 pkt. - bdb; 9 pkt. - db+; 8 pkt. db; 7 pkt. dst+; 6 pkt. - dst; 5 pkt. i mniej ndst.</p> | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu składa się w 60% z oceny z zaliczenia wiczeni i w 40% z oceny z egzaminu. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|--|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: podstawy psycholingwistyki eksperymentalnej (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_9S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna terminologi psycholingwistyczn oraz najwa niejsze teorie | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna i rozumie stosowane w psycholingwistyce metody badawcze | K_W01 |
| | 3 | EP3 | zna i rozumie psycholingwistyczne eksperymenty i ich wyniki | K_W01 |
| umiejtno ci | 1 | EP4 | potrafi krytycznie oceni główne podej cia teoretyczne | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi umiejscowi psycholingwistyczne eksperymenty w szerszym kontek cie bada nad umysłem | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | jest gotów do uwaga nego słuchania innych oraz ledzenia ich toku my lenia | K_K01 |
| | 2 | EP7 | jest gotów do przekonuj cego i zrozumiałego formułowania swoich pogl dów i argumentów | K_K01 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Psycholingwistyka ? podstawowe poj cia. Historia psycholingwistyki. Cele psycholingwistyki. Ewolucja bada psycholingwistycznych. Psychologiczna realno j języka. Słownik umysłowy. Psycholingwistyczne badania j języka. Testy swobodnych skojarze werbalnych. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z elementami dyskusji | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | PREZENTACJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP7 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenie jest przygotowanie prezentacji w obszarze zagadnie omawianych w ramach wykładu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena za prezentacj jest ocen ko cow . | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | | | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: potencjał rozwojowy miast i regionów (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_7S | |
|--|---|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Rozumie istotę i mechanizmy funkcjonowania i rozwoju gospodarki w skali lokalnej i regionalnej | K_W02 K_W04 |
| | 2 | EP2 | Zna główne problemy wykorzystania instrumentów planowania rozwoju miast i regionów | K_W08 K_W09 |
| | 3 | EP3 | Zna składniki potencjału rozwojowego miast i regionów. | K_W03 K_W07 |
| umieć | 1 | EP4 | Potrafi znajdować i analizować dane empiryczne dotyczące rozwoju miast i regionów | K_U02 K_U05 |
| | 2 | EP5 | Potrafi dobrać i wykorzystywać właściwe metody i narzędzia do oceny potencjału rozwojowego miast i regionów a na podstawie uzyskanych wyników przygotowuje opracowania pisemne z tego zakresu. | K_U04 K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | Jest gotów do kreatywnego inicjowania i organizowania działań na rzecz rozwoju lokalnego lub regionalnego | K_K04 |
| | 2 | EP7 | Jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy w celu wykorzystania potencjału rozwojowego układów lokalnych i regionalnych z zachowaniem zasad etyki zawodowej | K_K03 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Przestrzeń i środowisko geograficzne ? perspektywa gospodarcza. Cechy i struktura przestrzeni geograficznej. środowisko geograficzne. Zasoby - potencjał - kapitał środowiska. Wzrost a rozwój gospodarczy w skali lokalnej i regionalnej. Potencjał miasta i regionu w gospodarce lokalnej, regionalnej i ponadregionalnej. Klasa kreatywna jako potencjał rozwojowy miast i regionów. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - cel, zakres, metody. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - identyfikacja zasobów. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - określenie potencjału. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - scenariusze rozwoju. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - wnioski. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. Wiczenia - przygotowanie projektu. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | PROJEKT | | | EP5,EP6 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | | | EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady - zaliczenie wyrażone oceną w oparciu o wyniki kolokwium pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wiczeń ; wiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach oraz oceny przedstawionego projektu | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnią ważoną ocen z części wykładowej - 65% oraz z części wiczeniowej (projektowej) - 35% | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3362_35S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er brandingu miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna i identyfikuje strategie, metody oraz narz dzia odnosz ce si do pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej | K_W03 K_W06 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Student wybiera wła ciwe narz dzia i metody pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej | K_U03 K_U04 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP3 | Student docenia znaczenie pracy w grupie i komunikacji z odbiorcami w odpowiednim pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalne | K_K02 K_K03 K_K04 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Istota i proces pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej. Wskazówki dotycz ce pozycjonowania marek. Ustalanie optymalnego konkurencyjnego pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. wybieranie punktów wyró niaj cych i wspólnych, okre lania skojarze i mantrów marki. Strategie pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. cele, rodzaje, procedury, warunki, korzy ci. Konstruowanie narz dzi pozycjonowania m.in. map percepcji i profili semantycznych oraz map preferencji i wybór strategii. Mapy percepcji i analizy struktury kategorii produktu. Inne metody budowy map percepcji i map preferencji. Wykorzystanie storytellingu jako narz dzia pozycjonowania marek, m.in. tworzenie historii, budulec opowie ci, rytuały, bohaterowie. Istota i elementy storytellingu w pozycjonowaniu marki. Wykorzystanie internetu, m.in. strony internetowej oraz mediów społeczno ciowych w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej. Rola internetu w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej. Wykorzystanie city placement i innych form komunikowania oraz współpracy w strategii pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej. City placement i inne formy maj ce na celu pozycjonowanie marek lokalnych i regionalnych. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, praca w grupach i indywidualna, rozwi zywanie zada problemowych, wymiana pogl dów/dyskusja moderowana, case study | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | KOLOKWIUM | | | EP1 |
| | PROJEKT | | | EP1,EP2,EP3 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP1,EP2,EP3 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z ocen z wicze - projekt wraz z prezentacj oraz oceniana b dzie równie aktywno studenta podczas wicze w grupach | | | |
| | Zaliczenie z ocen z wykładu odbywa si na podstawie egzaminu pisemnego z tre ci prezentowanych na zaj ciach oraz przedstawionej literaturze. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen ko cow z przedmiotu jest rednia arytmetyczna ocen z zaliczenia ko cowego z wicze i pozytywnego zaliczenia egzaminu. | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 125 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 5 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: pracownia dyplomowa (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_26S | |
|---|--|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3, 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski, semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna własne źródła informacji oraz adekwatne narzędzia i techniki matematyczno-statystyczne oraz graficzne i kartograficzne dostosowane do konkretnych problemów badawczych | K_W05 |
| | 2 | EP2 | Zna własne zasady przygotowania opracowań analitycznych, diagnostycznych i projektowych w zakresie brandingów miast i regionów ze szczególnym uwzględnieniem problemu badawczego realizowanej pracy dyplomowej | K_W07 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi dobierać i porządkować różnorodne informacje dotyczące zagadnień z zakresu przygotowywanej pracy dyplomowej oraz sprawnie je przetwarzać, posługując się adekwatnym oprogramowaniem komputerowym | K_U03 |
| | 2 | EP4 | Potrafi dobierać i stosować własne metody i narzędzia matematyczno-statystyczne adekwatne do konkretnych zadań badawczych realizowanych w pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 3 | EP5 | Potrafi dobierać i stosować własne metody i narzędzia graficzne i kartograficzne adekwatne do konkretnych zadań badawczych realizowanych w pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 4 | EP6 | Potrafi samodzielnie rozwijać umiejętności badawcze, korzystając z różnych źródeł w języku polskim i obcym oraz nowoczesnych technologii informacyjnych | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do ciągłego doskonalenia się oraz doskonalenia własnych umiejętności badawczych | K_K01 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów do uznawania roli prac badawczo-rozwojowych i umiejętności eksperckich w rozwiązywaniu problemów poznawczych i aplikacyjnych z zakresu brandingów miast i regionów | K_K02 |
| | 3 | EP9 | Jest gotów do kreatywnego rozwiązywania problemów poznawczych, metodologicznych i aplikacyjnych w kontekście tematu przygotowywanej pracy dyplomowej | K_K03 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| źródła danych oraz zaawansowane sposoby pozyskiwania i selekcji informacji. Przetwarzanie i prezentacja materiałów niezbędnych do realizacji pracy magisterskiej. Zaawansowane metody i techniki transformacji danych. Zaawansowane narzędzia i techniki matematyczno-statystyczne. Zaawansowane narzędzia i techniki graficzne i kartograficzne. | | | | |
| Metody kształcenia | klasyczna metoda problemowa, prezentacja multimedialna, indywidualna praca przy komputerze | | | |

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | PREZENTACJA | EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie na ocenę po każdym semestrze. Podstawą zaliczenia przedmiotu jest wykonanie zadań przewidzianych w danym semestrze oraz pozytywne zaliczenie końcowego sprawdzianu | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z pracowni dyplomowej w każdym semestrze. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 100 | |
| Liczba punktów ECTS | 4 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|--|--|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: pragmalingwistyczne metody opisu działania językowych (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_10S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 4 - język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student rozumie znaczenie badań pragmalingwistycznych | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student zna podstawowe pojęcia z zakresu pragmalingwistyki | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student zna podstawowe akty mowy i ich wykładniki językowe | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | student umie odróżniać akty mowy i ich wykładniki językowe | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student umie zastosować zasady konwersacyjne w komunikacji językowej | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | student jest gotów do stosowania zdobytej wiedzy w praktyce komunikacyjnej | K_K02 |
| | 2 | EP7 | student jest gotów do świadomego pogłębienia swojej wiedzy i umiejętności w kontekście znajomości języków | K_K01 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Pragmalingwistyka; źródła rozwoju metodologii badawczej (logika, filozofia języka, psychologia, językoznawstwo itd.). Pragmalingwistyka: podstawowe założenia. Semantyka a pragmatyka. Dyskusje lingwistyczne. Pojęcie aktu mowy, jego komponenty (lokucja, illokucja, perlokucja) i ich rola w języku. Podział aktów mowy w lingwistyce i kryteria ich podziału w językoznawstwie angielskim, niemieckim i w językach słowiańskich. Akty mowy dyrektywne i ich wykładniki językowe. Wybrane aspekty funkcjonowania. Akty mowy komisywne i ich wykładniki językowe. Wybrane aspekty funkcjonowania. Akty mowy ekspresywne i ich wykładniki językowe. Wybrane aspekty funkcjonowania. Inne akty komisywne i ich wykładniki językowe. Wybrane aspekty ich funkcjonowania. Funkcje pragmatyczne języka. Implikatury konwersacyjne Greicea. Zasady konwersacji językowej. Presupozycje, inferencje językowe i typy intencji językowych. Strategie językowe z użyciem różnorodnych wykładników intencji komunikacyjnej.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium z zakresu treści wykładowych. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 50 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 2 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
| Nazwa przedmiotu: pragmatyka kognitywna (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3441_5S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student wymienia i charakteryzuje zjawiska komunikacyjne opisywane przez pragmatyk : implikatury, presupozycje, akty mowy | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student charakteryzuje główne modele komunikacji wypracowane przez pragmatyk kognitywn | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP3 | student stosuje aparat pojęciowy teorii z zakresu pragmatyki kognitywnej do opisu i wyjaśnienia zjawisk komunikacyjnych: mowy potocznej, ironii, metafor, humoru, manipulacji językowej | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | student przyjmuje postawę odpowiedzialności za jakoś praktyki komunikacyjnej, jest gotowy do przeciwdziałania manipulacji i innym formom złej mowy? | K_K07 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ ĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Dwa modele komunikacji językowej: model kodowy i model inferencjonistyczny; kodowanie a czytanie w myślach (mindreading) jako zdolność poznawcza. Pragmatyczne aspekty znaczenia wypowiedzi: implikatury, presupozycje, niedookreślenie językowe, potoczne akty mowy. Model inferencjonistyczny: teoria relewancji. Model nieinferencjonistyczny: teoria reprezentacji dyskursu segmentowanego. Pragmatyka kognitywna o figuratywnych zastosowaniach języka: metafory, ironia, humor. Pragmatyka kognitywna o manipulacji w komunikacji językowej: insynuacja, gwizdki (dog-whistles), akty mowy wprowadzane bocznymi drzwiami (back-door speech acts). | | | | |
| Metody kształcenia | wykład konwersatoryjny, analiza przypadków | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest zaliczenie na ocenę pozytywną sprawdzianu pisemnego; ocena ze sprawdzianu jest oceną zaliczenia. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|--|--|---|--|
| Nazwa przedmiotu: prawda dziwniejsza od fikcji; literatura faktu w XXI wieku (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3443_7S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna gatunkowe zróżnicowanie piśmiennictwa z obszaru literatury faktu | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student ma wiedzę z zakresu teorii literatury faktu | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student rozpoznaje współczesne przykłady literatury faktu | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | student potrafi analizować i interpretować na wybranych przykładach zagadnienia związane z literaturą faktu | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student potrafi rozróżnić realizacje poszczególnych gatunków piśmiennictwa z obszaru literatury faktu | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | student rozumie znaczenie literatury faktu dla dziedzictwa kulturowego i tradycji literackiej w obszarze języka polskiego | K_K02 |
| | 2 | EP7 | student rozumie potrzebę dbania o własny rozwój | K_K03 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Literatura faktu, non-fiction czy reportaże? O zróżnicowaniu gatunkowym piśmiennictwa faktograficznego. Od Homera do Andrzeja Stasiuka: podróże jako geneza literatury (i) faktu. Studium jednego roku? (na przykładzie teorii Hansa Ulricha Gumbrechta). Fakty/fikcje? między faktograficznymi literaturą a fikcyjnymi reportażami w twórczości Wojciecha Tochmana. Wywiad-rzeka, audiobook, podcast? mówiona literatura faktu. Biografie zwierząt (Robert Jurszo, Spotkania z małpami. Opowieści o zwierzętach). "Flaneryzm regionalistyczny? a reportaż o mieście (Filip Springer, Bernadetta Darska, Zbigniew Rokita). Koniec kultury pisania? Esej o posthumanizmie na przykładzie książki Jacka Dukaja Po piśmie. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład, prezentacja, analiza i interpretacja tekstu literackiego | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z ocen: praca pisemna (100%). | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena za pracę pisemną jest oceną końcową. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 50 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 2 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: prognozowanie rozwoju układów przestrzennych (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_25S | | |
|---|--|--|--|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna i rozumie zastosowanie wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji. | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP2 | Student potrafi w sposób właściwy wybrać zmienne objaśnialnych określone zjawiska ekonomiczne oraz posiada umiejętności budowy, weryfikowania i wykorzystania modeli w prognozowaniu | K_U02 K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP3 | Student jest gotów do zachowania ostrożności i krytycyzmu w wyrażaniu opinii na podstawie przeprowadzonych badań z wykorzystaniem aparatu statystyczno-ekonometrycznego | K_K02 K_K05 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| różne dane w prognozowaniu. Budowa modelu prognostycznego i jego weryfikacja. Błędy ex ante i ex post w prognozowaniu zjawisk. Prognozowanie a symulacje rozwoju zjawisk. Projekt prognostyczny. Model ekonometryczny i ocena jego jakości. Mierniki oceny jakości prognoz ekonometrycznych. Prognozowanie na podstawie szeregów czasowych. Modelowanie i prognozowanie zjawisk sezonowych. | | | | |
| Metody kształcenia | analiza przypadków, prezentacja multimedialna, rozwiązywanie zadań | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP1,EP2,EP3 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Laboratorium: zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej oceny wykonania zleczonych zadań. Wykład: zaliczenie z oceną na podstawie wyników kolokwium końcowego. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną z wykładów i laboratorium. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_40S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menadżer wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie rodzaje, cele, systematykę i specyfikę wydarzeń lokalnych i regionalnych | K_W06 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie zasady planowania, kierowania i ewaluacji promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych | K_W08 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi zaplanować promocję wydarzenia lokalnego lub regionalnego | K_U04 |
| | 2 | EP4 | Potrafi ocenić plan promocji wydarzenia lokalnego i jego oddziaływanie na interesariuszy, ze szczególnym uwzględnieniem realizacji celów wydarzenia | K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do podjęcia odpowiedzialności i współpracy podczas planowania promocji wydarzenia lokalnego lub regionalnego | K_K04 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Praktyczne aspekty pracy w zespole nad przygotowaniem promocji wydarzenia lokalnego i regionalnego. Analiza i wykorzystanie nowoczesnych narzędzi eventowych (w tym wydarzenia online). Analiza wykorzystania potencjału miast i regionów w promocji wydarzeń (na wybranych przykładach)</p> <p>. Przygotowanie i opracowanie planu promocji wydarzenia lokalnego. Prezentacja i omówienie projektów planów promocji wydarzeń lokalnych. Rodzaje, cele, systematyka, charakterystyka wydarzeń lokalnych i regionalnych. Planowanie wydarzenia, z uwzględnieniem interesariuszy, lokalizacji i budżetu. Planowanie promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych. Kierowanie przebiegiem promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych. Ewaluacja przeprowadzonej promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych, z uwzględnieniem oddziaływania na otoczenie i interesariuszy.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | wykład informacyjny, prezentacja multimedialna, studium przypadku, opracowanie projektu i dyskusja nad projektem | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PREZENTACJA | | | EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wykłady - zaliczenie (kolokwium) pisemne (pytania otwarte i testowe) wiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a także aktywności i postawy na zajęciach | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocenę z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna oceny z pisemnego kolokwium zaliczając wykłady oraz zaliczenia wicze z ocen | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: proseminarium (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_10S | | |
|--|--|--|---|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Ma pogłębić wiedzę na temat kluczowych zagadnień oraz aktualnie dyskutowanych problemów i trendów w obszarze brandingu miast i regionów | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Zna współczesne teorie oraz podejścia metodologiczne dyskutowane w literaturze z zakresu zjawisk i procesów związanych z brandingami miast i regionów | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi na przykładzie zaprezentować wybrany problem badawczy w oparciu o dorobek teoretyczny i empiryczny nauk związanych z brandingami miast i regionów z wykorzystaniem różnorodnych źródeł informacji | K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Jest gotów do podjęcia świadomej decyzji i zaplanowania przebiegu kolejnego etapu swojej edukacji | K_K05 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Istota pracy naukowej na studiach magisterskich. Tematyka badawcza w obszarze brandingu miast i regionów realizowana na Uniwersytecie Szczecińskim. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, dyskusja, analiza przypadków | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | | | EP1,EP2,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie na ocenę na podstawie eseju z zakresu wybranego problemu badawczego | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena końcową z przedmiotu jest ocena z konwersatorium. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 25 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 1 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_16S | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie zagadnienia związane z regionalizacją i zrównoważonym rozwojem | K_W01 K_W02 |
| | 2 | EP2 | Rozumie mechanizmy dostosowywania regionalnej struktury społeczno-ekonomicznej do podanej struktury regionalnej | K_W03 K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi analizować regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną | K_U01 K_U04 |
| | 2 | EP4 | Potrafi dobrać odpowiednie narzędzia i instrumenty wpływające na regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną | K_U03 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do podejmowania działań zmieniających regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną | K_K03 K_K04 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Polityka społeczno-ekonomiczna w kontekście regionalizacji. Znaczenie i powody regionalizacji we współczesnym świecie. Podstawowe cele regionalnej polityki gospodarczo-społecznej. Zrównoważony rozwój jako ważny element działań regionalizacyjnych. Koncepcje rozwoju społeczno-gospodarczego regionów. Relacje pomiędzy procesami regionalizacji i globalizacji. Regionalizacja jako podstawa zrównoważonego rozwoju. Narzędzia i instrumenty wpływające na regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną. Główne cele regionalizacji społeczno-gospodarczej. Analiza mocnych i słabych stron regionalizacji.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, Dyskusja | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PREZENTACJA | | | EP4,EP5 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie prezentacji dotyczącej koncepcji rozwoju społeczno-gospodarczego wybranego polskiego regionu. | | | |
| | Wykład: zaliczenie z ocen na podstawie wyników kolokwium z części teoretycznej. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen z przedmiotu jest średnia arytmetyczna z wykładów i ćwiczeń. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | |
|---|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: rozwój zrównoważony miast i regionów (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_8S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|---|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna genezę i ewolucję pojęcia rozwój zrównoważony, posiada wiedzę umożliwiającą zrozumienie stanu podstawowych podsystemów rozwoju zrównoważonego w kontekście zachodzących w mieście i regionie. | K_W01 K_W02 K_W07 |
| umiejętności | 1 | EP2 | Student potrafi za pomocą zestawów wskaźników dokonać oceny stopnia zrównoważenia jednostki administracji publicznej (gminy/powiatu grodzkiego) oraz wysnuć wnioski dotyczące przyczyn i skutków braku równowagi w rozwoju danej jednostki. | K_U02 K_U04 |
| | 2 | EP3 | Student rozpoznaje zbierne i sprzeczne interesy i cele aktorów życia politycznego w mieście w kontekście zrównoważonego rozwoju. | K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Student jest gotów do zmiany postaw proekologicznych i podejmowania działań ukierunkowanych na rozwój zrównoważony w mieście i regionie. | K_K04 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI

Geneza i ewolucja pojęcia zrównoważonego rozwoju. Definicje i istota rozwoju zrównoważonego oraz pojęcia bliskoznacznych. Problemy ekonomiczne, społeczne i przyrodnicze w skali lokalnej, krajowej i międzynarodowej. Ziemia planeta ekosystemów. Badania nad zrównoważeniem rozwoju. Nowy urbanizm a rozwój zrównoważony miast. Foresight i megatrendy rozwojowe. Koncepcja rozwoju zrównoważonego Gro Harlem Brundtland. Rozwój zrównoważony miast. Wskaźniki rozwoju zrównoważonego w układzie statycznym. Osiedla ekologiczne, domy pasywne. Polityka transportowa a polityka mobilności w miastach. Rozwój zrównoważony miast. Porównania międzynarodowe. Rozwój zrównoważony miast. Porównania krajowe. Wskaźniki rozwoju zrównoważonego. Sfera realna a sfera sterowania.

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody kształcenia | Wykład uczestniczący, studia przypadków, proste kalkule, rozwiązywanie problemów, dyskusja w grupie. | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | EP1 |
| | PROJEKT | EP2,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wzajemnie - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej oceny zleconych zadań, w tym prac projektowych, oraz aktywności podczas zajęć. Wykład - zaliczenie z oceną na bazie wyników sprawdzianu pisemnego z zakresu wykładów i literatury. | |
| | Zasady wyliczenia oceny z przedmiotu | |
| średnia arytmetyczna z ćwiczeń i wykładu. | | |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | |
|---|--|
| Nazwa przedmiotu: seminarium dyplomowe (KIERUNKOWE) | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_21S |
|---|--|

| |
|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów |
|---|

| | | |
|--|--|-----------------|
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
|--|--|-----------------|

| | | | |
|---------------------|----------------------------|---|---|
| Rok: 1, 2 | Semestr: 2, 3, 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski, semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski |
|---------------------|----------------------------|---|---|

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------|----|-----|---|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna wła ciwe zasady prowadzenia bada oraz konstrukcji pracy naukowej z zakresu branding miast i regionów z uwzgl dnieniem jego specyfiki mi dzydiscyplinarnej oraz powi za przedmiotowych i metodologicznych | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Zna specjalistyczne teorie, modele i koncepcje dotycz ce wybranego problemu, b d cego przedmiotem przygotowywanej pracy dyplomowej, oraz rozumie mo liwo ci i ograniczenia ich wykorzystania w warunkach wspóczesnych | K_W01 |
| | 3 | EP3 | Zna wła ciwe ró dła informacji bibliograficznych i statystycznych, w tym elektroniczne bazy danych, u yteczne dla przygotowywanej pracy dyplomowej | K_W05 |
| | 4 | EP4 | Zna zaawansowane metody, techniki oraz narz dzia analizy i prezentacji danych dotycz cych zjawisk i procesów b d cych przedmiotem przygotowywanej pracy dyplomowej | K_W05 |
| | 5 | EP5 | Zna i rozumie poj cia i zasady dotycz ce ochrony własno ci intelektualnej w kontek cie bada naukowych z zakresu branding miast i regionów | K_W09 |
| | 6 | EP6 | Zna podstawowe ró dła i sposoby pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizacje projektów badawczych z uwzgl dnieniem walorów poznawczych i aplikacyjnych przygotowywanej pracy dyplomowej | K_W10 |

| | | | | |
|--|--|------|---|-------|
| umiejętności | 1 | EP7 | Potrafi sformułować i uzasadnić problem badawczy, postawi tezę i hipotezy oraz zaprojektować i zrealizować kolejne etapy postępowania badawczego w nawiązaniu do specyfiki przygotowywanej pracy dyplomowej | K_U01 |
| | 2 | EP8 | Potrafi krytycznie dobrać źródła informacji oraz dokonywać pogłębionej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji danych w nawiązaniu do specyfiki realizowanego tematu pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 3 | EP9 | Potrafi dobrać lub przystosowywać adekwatne metody i narzędzia badawcze do rozwiązywania problemów poznawczych i aplikacyjnych związanych z realizowanym tematem pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 4 | EP10 | Potrafi dokonać wielokryterialnej oceny atutów rynkowych jednostki terytorialnej oraz zaprojektować konkretne przedsięwzięcia brandingowe lub marketingowe z uwzględnieniem problematyki przygotowywanej pracy dyplomowej | K_U04 |
| | 5 | EP11 | Potrafi przygotować tekst naukowy w języku polskim wraz ze streszczeniem w języku obcym na temat wybranego problemu badawczego z wykorzystaniem dorobku teoretycznego i metodologicznego właściwych dyscyplin naukowych | K_U07 |
| | 6 | EP12 | Potrafi przygotować i przedstawić prezentację ustną i multimedialną na temat wybranego problemu badawczego z wykorzystaniem dorobku teoretycznego i metodologicznego właściwych dyscyplin naukowych | K_U06 |
| | 7 | EP13 | Potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności w kontekście problemu będącego przedmiotem przygotowywanej pracy dyplomowej, korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii informacyjnych | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP14 | Jest gotów do uznawania roli wiedzy specjalistycznej i eksperckiej w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych związanych z tematem przygotowywanej pracy dyplomowej | K_K02 |
| | 2 | EP15 | Jest gotów do przestrzegania przyjętych ustaleń dotyczących etyki badań naukowych oraz poszanowania praw własności intelektualnej | K_K07 |
| | 3 | EP16 | Jest gotów do podejmowania decyzji związanych z optymalnym i zgodnym z zasadami bezpieczeństwa kształtowaniem rozwoju społeczno-ekonomicznego lokalnych i regionalnych w kontekście problematyki pracy dyplomowej | K_K04 |
| | 4 | EP17 | Jest gotów do tworzenia produktów komercyjnych w zakresie brandingu miast i regionów | K_K03 |
| | 5 | EP18 | Jest gotów do dbania o prestiż pracy zawodowej z obszaru brandingu miast i regionów | K_K06 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Metodologia badań naukowych oraz zasady konstrukcji pracy magisterskiej. Techniki pisania pracy magisterskiej. Realizacja badań empirycznych. Rzetelność w badaniach naukowej i zasady poszanowania własności intelektualnej. Formułowanie problemu badawczego, stawianie tezy oraz hipotez. Przygotowanie i prezentacja eseju związanego z tematyką pracy magisterskiej. Opracowanie i dyskusja zagadnień metodologicznych związanych z tematem pracy magisterskiej. Selekcja źródeł informacji teoretycznych i faktograficznych. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz empirycznych. Redakcja końcowego tekstu pracy magisterskiej. Identyfikacja i dobór metod badawczych, specyfikacja technik oraz narzędzi badawczych. Opracowanie i dyskusja podstaw teoretycznych pracy magisterskiej. Planowanie badań empirycznych. Dyskusja nad koncepcją pracy magisterskiej.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Praca koncepcyjna i problemowa, definiowanie pojęć, referowanie opracowanego materiału, twórcze rozwiązywanie problemów, metody aktywizujące (burza mózgów, projekty, dyskusje). | | | |

| | | |
|--|--|---|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP10,EP11,EP17,EP2,EP3,EP4,EP7,EP8,EP9 |
| | PREZENTACJA | EP1,EP12,EP6 |
| | PRACA DYPLOMOWA | EP1,EP10,EP11,EP13,EP14,EP15,EP16,EP17,EP18,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP12,EP13,EP14,EP15,EP16,EP17,EP18,EP5,EP6 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z ocen po każdym semestrze. Podstaw zaliczenia jest wykonanie zadań przewidzianych w danym semestrze: sem. 2 - przygotowanie koncepcji pracy, dobór źródeł informacji oraz metod i narzędzi badawczych; sem. 3 - opracowanie zagadnień metodologicznych i teoretycznych, planowanie badań empirycznych; sem. 4 - realizacja badań empirycznych, przygotowanie i złożenie ostatecznej wersji pracy | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu stanowi ocenę za seminarium w każdym semestrze. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 275 |
| Liczba punktów ECTS | | 11 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | |
|--|--|
| Nazwa przedmiotu: społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego (KIERUNKOWE) | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3433_44S |
|--|--|

| |
|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów |
|---|

| | | |
|--|--|---------------|
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność : |
|--|--|---------------|

| | | | |
|------------------|----------------------|--|--|
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
|------------------|----------------------|--|--|

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | zna i rozumie pojęcie CSR, zależność między CSR a zrównoważonym rozwojem, uwarunkowania CSR, przykładowe modele CSR, koncepcje interesariuszy | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna i rozumie proces wdrażania koncepcji CSR w organizacjach, w tym szczególnie w jednostkach administracji publicznej oraz raportowania działań społecznie odpowiedzialnych | K_W02 K_W04 |
| umiejętności | 1 | EP3 | potrafi dokonywać krytycznej analizy, syntezy, prezentacji informacji z zakresu działań społecznie odpowiedzialnych podejmowanych przez organizacje ze szczególnym uwzględnieniem jednostek administracji publicznej | K_U01 K_U06 |
| | 2 | EP4 | potrafi dobrać i stosować właściwe narzędzia do realizacji działań społecznie odpowiedzialnych w tym w jednostkach administracji publicznej | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | jest gotów do współpracy w grupie planując projekt z zakresu działań społecznie odpowiedzialnych dla organizacji w tym dla jednostek administracji publicznej | K_K01 K_K03 K_K04 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI

Spółeczna odpowiedzialność biznesu - istota, definicje, modele, obszary, narzędzia. Społeczna odpowiedzialność organizacji a relacje z interesariuszami. Społeczna odpowiedzialność biznesu w jednostkach administracji publicznej (uwarunkowania, istota, obszary, narzędzia). Wybrane praktyki i procedury wdrożeniowe CSR w jednostkach administracji publicznej. Podsumowanie omówionych na ćwiczeniach aspektów społecznej odpowiedzialności w jednostkach samorządu terytorialnego. Społeczna odpowiedzialność biznesu - zagadnienia wprowadzające (istota, definicje, modele, obszary, narzędzia). Społeczna odpowiedzialność biznesu w jednostkach administracji publicznej (uwarunkowania, istota, obszary, narzędzia). Wybrane praktyki i procedury wdrożeniowe CSR w jednostkach administracji publicznej. Aktualne wyzwania dla społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z perspektywy administracji publicznej. Podsumowanie omówionych na wykładach aspektów społecznej odpowiedzialności w jednostkach samorządu terytorialnego.

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody kształcenia | wykład, dyskusja, case study, praca w grupach | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIMUM | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | |

| | |
|---|---|
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wicze odbywa si na podstawie przygotowania do zaj , zaliczenia zada wykonywanych podczas zaj oraz opracowania indywidualnego projektu dotycz tego praktyki społecznej odpowiedzialno ci podmiotu. Zaliczenie wykładów odbywa si na podstawie kolokwium pisemnego (4 pytania). |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | Ocena ko cowa z przedmiotu jest rednia arytmetyczna z zaliczenia wicze i wykładów w terminach podstawowym i poprawkowym. Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych ocen cz stkowych tj. pozytywnej oceny z zaliczenia wicze i pozytywnej oceny z zaliczenia tre ci wykładów. |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| Nazwa przedmiotu: społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_28S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | K_W03 |
| | 2 | EP2 | Zna podstawowe elementy różnic kulturowych i społecznych w kontekście marki terytorialnej | K_W06 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi zaprezentować wybrane zagadnienia z zakresu społeczno-kulturowych uwarunkowań marki terytorialnej | K_U04 |
| | 2 | EP4 | Potrafi wykrywać i oceniać społeczne (takie jak demograficzne) i kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do zachowania ostrożności w wyrażaniu opinii na temat społeczno-kulturowych uwarunkowań marki terytorialnej | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Społeczno-kulturowe aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach i regionach Unii Europejskiej. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych regionach w Polsce. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach w Polsce. Ocena uwarunkowań społeczno-kulturowych marki terytorialnej. Uwarunkowania społeczno-kulturowe - istota i czynniki. Społeczne aspekty marki terytorialnej. Kulturowe aspekty marki terytorialnej. Zmiany społeczno-kulturowe w markach terytorialnych. | | | | |
| Metody kształcenia | Przygotowanie projektu, Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady- zaliczenie z ocen na podstawie kolokwium (pytania otwarte i testowe) wiczenia- zaliczenie z ocen na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a także aktywności i postawy na zajęciach | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wiczeń. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: strategie innowacyjne miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3362_37S | |
|---|---|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie istot strategii innowacyjnych miast i regionów | K_W01 K_W09 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie rodzaje strategii innowacyjnych miast i regionów | K_W04 |
| umiej tno ci | 1 | EP3 | na podstawie okre lonych parametrów potrafi przeprowadzi analiz miasta lub regionu oraz jego otoczenia oraz oceni stan innowacyjno ci i wskaza potencjalne ró dła innowacji wraz z propozycj przyj cia jednej ze strategii innowacji | K_U01 K_U02 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Jest gotów do my lenia w sposób innowacyjny i kreatywny oraz dostrzega potrzeb wł czenia w strategi innowacyjn aspektów społecznych i interesu społecznego | K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Istota innowacyjno ci. Rodzaje strategii innowacyjnych miast i regionów. Formułowanie strategii innowacyjnej miast i regionów. Regionalne strategie innowacyjne. Specyfika działalno ci innowacyjnej w miastach i regionach. Rodzaje strategii innowacyjnych w miastach i regionach. Innowacyjne miasta i regiony i ich strategie działania - analiza przypadków. Regionalne strategie innowacji - podstawowe zało enia i analiza. | | | | |
| Metody kształcenia | wykład z elementami konwersatoryjnymi, wiczenia z wykorzystaniem case study prezentacja multimedialna opracowanie projektu praca w grupach | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wicze : wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja oraz na podstawie ocen cz stkowych otrzymywanych w trakcie semestru za okre lone działania i prace studenta Wykłady: egzamin pisemny z tre ci omawianych na wykładach i wskazanej literatury. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena ko cowa przedmiotu jest redni arytmetyczn zaliczenia wicze i egzaminu | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 125 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 5 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_30S | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student ma wiedzę na temat podstawowych rodzajów modeli decyzyjnych oraz procesów analitycznych realizowanych przez narzędzia BI | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student zna i rozumie istotę wielowymiarowej analizy danych Business Intelligence (BI), zna podstawy teorii baz danych i Big Data oraz podaje przykłady zastosowania narzędzi klasy BI w procesie podejmowania decyzji menedżerskich. | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Student potrafi klasyfikować obszary podejmowania decyzji menedżerskich wspomaganie przez narzędzia klasy BI | K_U01 |
| | 2 | EP4 | Student potrafi obsługiwać podstawowe funkcjonalności narzędzi klasy BI. | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy dotyczącej narzędzi BI oraz stałego jej rozwijania | K_K01 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Istota, rola i obszary wykorzystania narzędzi informatycznych w procesach podejmowania decyzji menedżerskich. Narzędzia klasy Business Intelligence. Źródła danych w procesach decyzyjnych. Podstawy teorii baz danych (modele baz danych oraz konstrukcja bazy danych: pola rekordy, relacje). Big Data jako przykład baz danych oraz analiza OLAP jako podstawowa metoda analityczna Business Intelligence w procesie podejmowania decyzji. Przygotowanie modelu decyzyjnego. Dane, zmienne, warunki, relacje. Rozwijanie i modelowanie problemów decyzyjnych za pomocą narzędzi informatycznych Power Pivot oraz Power BI. Tworzenie i definiowanie wskaźników KPI, widoków oraz perspektyw analitycznych. Tworzenie raportów analitycznych za pomocą narzędzi Power View oraz Power BI.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Zajęcia w laboratorium komputerowym, Nauczanie komplementarne (blended learning) w oparciu o platformy elearningowe, Praca własna studenta | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIMUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP4,EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Laboratorium - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej pracy studenta podczas zajęć oraz wyników kolokwium | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z laboratorium. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_1S | | |
|---|--|--|---|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej podczas kształcenia w uczelni wyższej | |
| umiejętności | 1 | EP2 | Potrafi identyfikować błędy i zaniedbania w praktyce. | |
| | 2 | EP3 | Potrafi prowadzić podstawowe zabiegi resuscytacyjne, rozpoznawa zagrożenia i podejmować właściwe działania. | |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Realizuje zadania w sposób zapewniający bezpieczeństwo własne i otoczenia, w tym przestrzega zasady bezpieczeństwa. | |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| <p>Regulacje prawne: uregulowanie prawne dotyczące bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia w prawodawstwie polskim i Unii Europejskiej, obowiązki uczelni, przełożonych w zakresie zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków nauki i praktyk, czynniki ergonomiczne w kształtowaniu warunków podczas kształcenia w uczelni, w tym normy higieniczne dla stałych pomieszczeń pracy. Czynniki niebezpieczne fizyczne, biologiczne i chemiczne na zajęciach laboratoryjnych, pracowniach i zajęciach terenowych. Zagrożenia wypadkowe na zajęciach i w czasie praktyk zawodowych, obozach sportowych, zajęciach terenowych. Unikanie zagrożenia ze szczególnym uwzględnieniem środków ochrony zbiorowej i indywidualnej postępowanie powypadkowe (regulacje prawne, ubezpieczenia wypadkowe).</p> <p>. Udzielanie pierwszej pomocy w stanach nagłych, rozpoznawanie stanu nagłego zagrożenia zdrowotnego, resuscytacja kręgowo-oddechowa wraz z obsługą defibrylatora AED, obsługa apteczki pierwszej pomocy.</p> <p>. Podstawy prawne w zakresie ochrony p.po., systemy wykrywania pożarów, substancje palne i wybuchowe, zapobieganie zagrożeniom pożarowym w czasie pożaru i innych miejscowych zagrożeniach, podręczny sprzęt gaśniczy, ewakuacja.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Kurs e-learningowy | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie kursu e-learningowego z zakresu BHP - uzyskanie min 60% poprawnych odpowiedzi z testu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Zaliczenie kursu e-learningowego z zakresu BHP - uzyskanie min 60% poprawnych odpowiedzi z testu. | | | |
| Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz. | | 5 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 0 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: szkolenie biblioteczne (INNE DO ZALICZENIA) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3484_7S | | |
|--|--|--|--|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna prawne i organizacyjne uwarunkowania korzystania z systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni w ramach studiowanego kierunku studiów | |
| umiejętności | 1 | EP2 | potrafi korzystać z zasobów systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni zgodnie z obowiązującymi zasadami | |
| kompetencje społeczne | 1 | EP3 | jest gotów do realizowania potrzeby dostępu do zasobów systemu biblioteczno-informacyjnego Uczelni w sposób nie utrudniający dostępu innym użytkownikom Biblioteki | |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Przedstawienie elementów tworzących system biblioteczno-informacyjny Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Metody kształcenia | wykład z prezentacją multimedialną | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | zapoznanie się z prezentacją on-line, pozytywne zaliczenie testu | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | zaliczenie bez oceny | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 2 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 0 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: szkolenie e-learningowe (INNE DO ZALICZENIA) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ2362_6S | | |
|--|---|--|---|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna podstawowe metody korzystania z narzędzi chmurowych Microsoft 365 do komunikacji wewnątrz uczelni. | |
| | 2 | EP2 | ma wiedzę na temat zasad zaliczania przedmiotów prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. | |
| | 3 | EP3 | zna zasady poruszania się po platformie e-learningowej. | |
| umiejętności | 1 | EP4 | potrafi zalogować się do platformy nauczania zdalnego. | |
| | 2 | EP5 | potrafi w formie elektronicznej skontaktować się z wykładowcami i pracownikami uczelni. | |
| | 3 | EP6 | potrafi odnaleźć właściwy przedmiot wykładany online i przystąpić prawidłowo do egzaminu/zaliczenia online. | |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | posiada kompetencje współpracy i komunikacji z innymi studentami i wykładowcami w trybie pracy zdalnej. | |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Obsługa platformy e-learningowej. Komunikacja elektroniczna na uczelni. | | | | |
| Metody kształcenia | e-learning z wykorzystaniem platformy Moodle. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu | |
| | SPRAWDZIAN | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 | |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie bez oceny na podstawie wyników sprawdzianu w formie testu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Uzyskanie co najmniej 60% poprawnych odpowiedzi. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 2 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 0 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: terytorialne systemy społeczne (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_2S | |
|--|--|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna założenia i podstawy ogólnej teorii systemów oraz terminologii systemów | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna i rozumie struktur i zasady funkcjonowania terytorialnych systemów społecznych | K_W02 |
| | 3 | EP3 | zna i rozumie wybrane uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju terytorialnych systemów społecznych | K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | potrafi scharakteryzować i zinterpretować struktur i funkcjonowanie wybranego terytorialnego systemu społecznego | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi przygotować i przedstawić ustną prezentację na wybrany temat z zakresu problemowego przedmiotu | K_U06 |
| | 3 | EP6 | potrafi planować i doskonalić swoje kompetencje w zakresie myślenia systemowego w ramach własnego uczenia się przez całe życie | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy i myślenia systemowego w rozwiązywaniu problemów poznawczych i aplikacyjnych | K_K02 |
| | 2 | EP8 | jest gotów do planowania własnej kariery zawodowej z uwzględnieniem systemowych przeobrażeń rzeczywistości | K_K05 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Pojęcie systemu i systemowe ujęcie miasta. Metody graficzne w analizie i syntezy systemowej. Elementarne terytorialne systemy społeczne: systemy ludnościowe, systemy społeczno-techniczne, społeczne systemy aktywne, systemy osadnicze. Zintegrowane terytorialne systemy społeczne: systemy krajowe, systemy regionalne, systemy lokalne. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu elementarnego. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu zintegrowanego.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | wykłady informacyjne i problemowe z wykorzystaniem środków wizualizacji ekranowej, dyskusja moderowana, studia przypadków, prace analityczne, przygotowanie i przedstawienie prezentacji ustnej | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2,EP3,EP7 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | | | EP1,EP4,EP6 |
| | PREZENTACJA | | | EP2,EP3,EP4,EP5,EP8 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP5,EP6,EP7,EP8 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |

| | |
|--|---|
| Forma i warunki zaliczenia | wykłady - egzamin pisemny z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z wicze ; wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie ocen cz stkowych za wykonywane prace analityczne, przygotowane prezentacje oraz aktywno podczas zaj |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | ocen z przedmiotu stanowi rednia ocen z cz ci wykładowej i wiczeniowej |
| Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | |
|--|----------------------|--|---|
| Nazwa przedmiotu: to samo miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_32S |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność: menadżer branding miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna metody i metodologie opracowania z zakresu to samo ci miast i regionów | K_W05 K_W07 |
| | 2 | EP2 | Zna zasady organizacji, planowania i wsparcia działań związanych z to samo ci miast i regionów | K_W08 K_W09 |
| | 3 | EP3 | Zna i rozumie rolę wszystkich interesariuszy związanych z budowaniem to samo ci miast i regionów | K_W03 K_W04 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi przygotować i przedstawić opracowanie dotyczące to samo ci miast i regionów | K_U06 K_U07 |
| | 2 | EP5 | Potrafi zastosować właściwe metody i narzędzia do budowania to samo ci miast i regionów | K_U03 K_U04 |
| | 3 | EP6 | Potrafi dokonywać oceny już istniejących rozwiązań z zakresu to samo ci miast i regionów oraz planować nowe | K_U02 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do weryfikacji posiadanej wiedzy, a w sytuacjach trudnych korzystania z opinii ekspertów | K_K01 K_K02 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów do działania i myślenia kreatywnego oraz inspirowania otoczenia lokalnego do działań w zakresie to samo ci miast i regionów | K_K03 K_K04 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI

Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wybrane badania marketingowe. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - projekt koncepcji strategii. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - system identyfikacji wizualnej. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wdrożenie strategii marki. To samo miast i regionów: identyfikacja wartości miejsca (dziedzictwo, wyróżniki, lokalne wartości, zasady, symbole). Budowanie to samo ci miast i regionów: Aktywność społeczno-cy lokalnej (integracja, siła grupy, gwarancja, rekomendacja, stosunek do "obcych", aktywizacja przedsiębiorczości w tym przedsiębiorczość postawa, lokalne miejsca pracy). Budowanie marki lokalnej: Magnetyzm marki, klimat miejsca, produktów pod nią sprzedawanych, co sprawia, że są powody do skorzystania z oferty pod marką lokalną (spotkanie klienta z produktem, miejscem). Budowanie marki lokalnej: Użytkowanie i wzmacnianie marki (proces organizacji działań).

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody kształcenia | Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. Wyczerpanie - przygotowanie projektu. | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady - egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wyczerpania ; wyczerpanie - zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach oraz oceny przedstawionego projektu | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnią ważoną ocen z części wykładowej - 65% oraz z części wyczerpaniowej (projektowej) - 35% | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 125 |
| Liczba punktów ECTS | 5 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
| Nazwa przedmiotu: w krzywym zwierciadle mierci - mier przez pryzmat kultur (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3440_3S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna podstawow terminologi stosowan w badaniach z zakresu antropologii mierci | K_W02 |
| | 2 | EP2 | student rozumie kulturowe aspekty bada nad mierci | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student wie jakie metody bada stosowane s na cmentarzyskach. Ma wiadomo wagi zachowa etycznych w pracy ze szcz tkami ludzkimi | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | student potrafi opisywa i obja nia kulturowe aspekty bada nad mierci | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student potrafi opisywa i obja nia podstawowa terminologi zwi zan z archeologicznymi badaniami nad mierci | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | student widzi znaczenie bada nad mierci w kształtowaniu to samo ci kulturowej | K_K01 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Teoria bada nad mierci . Dlaczego chowamy zmarłych? Koncepcja eschatologiczna, trup i jego znaczenie. . Pochówek i cmentarzysko jako ródło do bada nad mierci . Wampiryzm, rabunki grobów, koncepcja dobrej i złej mierci: o atypowych pochówkach na cmentarzyskach. Ofiary i dary ? czyli daj tobie aby i ty mi dał. Czy mo na odczyta struktur społeczn w oparciu o dane z pochówku?. Etyka w badaniach nad mierci i mier zapl tana w polityk . Rabowanie grobów ? kulturowe implikacje. Zaliczenie wykładów. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z prezentacja multimedialn , dyskusja | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusa |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | By uzyska zaliczenie nale y otrzyma co najmniej ocen dostateczn z kolokwium pisemnego. Kolokwium składa si z trzech pyta , za ka de pytanie student otrzymuje ocen . Ocena za kolokwium wyliczana jest w oparciu o redni arytmetyczn z ocen otrzymanych za poszczególne pytania. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu jest ocen z wykładu. | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] | | | | |
|--|--|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_4S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna podstawowe poj cia i uwarunkowania z dziedziny współczesnego marketingu i rozumie proces współczesnego marketingu w organizacji | K_W01 K_W03 |
| | 2 | EP2 | Zna nowoczesne instrumenty marketingowego oddziaływania oraz zasady ich stosowania | K_W06 K_W08 |
| umiej tno ci | 1 | EP3 | Potrafi dobra i zaprojektowa współczesne instrumenty marketingowe dla wskazanego przykładowego przedsi biorstwa | K_U02 K_U04 |
| | 2 | EP4 | Identyfikuje otoczenie i segmenty na wybranym rynku i dostosowuje do nich rozwi zania marketingowe oraz konstruuje koncepcj działa marketingowych dla konkretnej organizacji | K_U03 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do podj cia proaktywnych działa i jest gotów samodzielnie uzupełnia wiedz i umiej tno ci praktyczne | K_K01 K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Współczesne instrumenty marketingu mix. Rozpoznanie, ocena stosowania na wybranych przykładach. Identyfikowania współczesnego marketingowego otoczenia przedsi biorstwa na wybranych przykładach. Przemiany w procesie segmentacji. Współczesne zachowania nabywców - przykłady. Nowe tendencje w marketingu - przykłady. Geneza i kierunki przemian we współczesnym marketingu. Orientacje marketingowe. Nowoczesne uj cie marketingu. Marketing internetowy i jego znaczenie we współczesnym wiecie. Uwarunkowania rozwoju marketingu we współczesnych firmach. Współczesne otoczenie marketingowe, czynniki otoczenia, trendy w otoczeniu. Współczesne zachowania nabywców. Instrumenty marketingu mix. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj ,, praca w grupach, analiza przypadków | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady: kolokwium z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a tak e aktywno ci i postawy na zaj ciach | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze . | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|--|---------------------------------|--|--|--|
| Nazwa przedmiotu: "Za wasz i nasz wolno" - idea wolności w polskim wydaniu (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3440_4S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna polskich filozofów, teologów, myślicieli i publicystów zajmujących się twórczo tematem wolności we własnej epoce | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student wie o jak, gdzie i kiedy Polacy udowadniali czynem swój stosunek do idei wolności, nie tylko własnej | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student zdobył wiedzę, jak wolność w polskim wydaniu postrzegana była w przeszłości | K_W01 |
| | 4 | EP4 | student zna inne poza słowem i czynem politycznym sposoby afirmowania idei wolności przez Polaków | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP5 | potrafi wyjaśnić specyfikę polską w podejściu i rozumieniu idei wolności wskazując na jej zewnętrzne (obiektywne) i wewnętrzne uwarunkowania | K_U02 |
| | 2 | EP6 | charakteryzuje kontekst i dynamikę w chronologii polskiej aktywności wobec idei wolności | K_U02 |
| | 3 | EP7 | ocenia postawy i wartości w historii "za nasz i wasz wolno" z perspektywy polskiej racji stanu | K_U02 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | jest gotów do docenienia wartości ról historycznych w badaniach dziejów | K_K02 |
| | 2 | EP9 | jest gotów do rozpoznawania i rozumienia mechanizmów politycznych wykorzystujących idee do celów utylitarnych | K_K04 |
| TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Paweł Włodkowiec z Brudzenia i jego czasy. Sukces unii lubelskiej i porażka unii brzeskiej. Liberum veto i polscy teoretycy ustroju. Tolerancja religijna I RP i kontrreformacja. Twórcy Konstytucji 3 Maja i ich stosunek do wolności obywatelskich. Polska kontra reszta Europy w okresie od XV do XVII? analiza porównawcza. Czyny zbrojne Polaków a idea wolności. Wolność na emigracji, czyli eksport polskiej idei wolności. Wolność w niewoli. Odpowiedzialność i cena za wolność w II RP. Tęsknota i zryw ku wolności w PRL. Wolność w literaturze i sztuce. Uwikłani w wolność od przymusu w XXI wieku. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z elementami analizy ról | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| Forma i warunki zaliczenia | Przynajmniej ocena dostateczna za prac pisemn opart na krytycznej analizie ródeł historycznych. Ocena pracy pisemnej 100% oceny, w tym do 25% za stopie wyczerpania tematu, do 25% za wszechstronno wykorzystanych ródeł, do 25% za poprawno formy i układu pracy, do 25% za logik wywodu i poprawno wniosków. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocen z przedmiotu jest ocena z wykładu. | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| Nazwa przedmiotu: zarządzanie w kryzysie wizerunkowym (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3362_41S | |
|--|--|--|--|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menadżer wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP2 | Potrąfi wykorzystać wiedzę o zarządzaniu i komunikowaniu w kształtowaniu wizerunku miast i regionów w sytuacji kryzysowej. | K_W03 K_W06 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Rozumie i posługuje się fachową terminologią z zakresu zarządzania kryzysowego, roli wizerunku w PR, rozumie i potrafi prowadzić analizę procesu kreacji wizerunku w warunkach kryzysowych | K_U02 K_U05 K_U06 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Dbą o samodzielne, systematyczne poszerzanie wiedzy w zakresie systemu zarządzania kryzysowego | K_K01 K_K02 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Zarządzanie kryzysowe - analiza pojęć, rodzaje, symptomy i skutki kryzysu. Przygotowanie na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowych. Postępowanie w sytuacjach kryzysowych. Zarządzanie skutkami zdarzeń. Analiza wybranych kryzysów wizerunkowych. Analiza sposobu przedstawienia wybranych sytuacji kryzysowych w mediach. Analiza przykładowego kryzysu wizerunkowego miast i regionów w social media. Strategie rozwiązywania konfliktu wokół których można budować komunikację z otoczeniem. Zarządzanie wizerunkiem po kryzysie. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład, prezentacja multimedialna, dyskusja, gry symulacyjne | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP3 |
| | SPRAWDZIAN | | | EP3 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP2,EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Forma zaliczenia przedmiotu - zaliczenie z ocen Zaliczenie wykładu - sprawdzian (test), obejmujący zakres materiału zrealizowany na wykładach, Zaliczenie ćwiczeń na podstawie wykonanych zadań. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z ćwiczeń i wykładów. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7

| | | | |
|--|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: różła informacji w gospodarce przestrzennej (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_2S | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, stacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Student posiada wiedzę w zakresie systemowej analizy różel informacji w gospodarce przestrzennej | K_W09 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie podstawowe problemy podejmowania decyzji w gospodarce przestrzennej warunkach niepełnej informacji. | K_W02 |
| | 3 | EP3 | Rozumie rolę informacji do podejmowania decyzji. | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi korzystać ze różel, dobiera dane, tworzy informacje i kształtowa wiedzę niezbędną dla podejmowania decyzji w gospodarce przestrzennej | K_U03 |
| | 2 | EP5 | Potrafi adekwatnie oceniać problemy związane z wartościami różel i informacji. | K_U02 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi właściwie interpretować procesy decyzyjne oraz ich skutki. | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest przygotowany do właściwego wykorzystania różel i informacji w imię osiągnięcia wspólnych celów | K_K04 |
| | 2 | EP8 | Jest przygotowany do samodzielnego oraz zespołowego projektowania i prowadzenia badań naukowych z wykorzystaniem różel informacji (w wybranym zakresie). | K_K05 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE

różła informacji w procesie decyzyjnym. Procesy decyzyjne w mikro i makroskali. Indywidualne i zbiorowe podejmowanie decyzji. Etyczne aspekty wykorzystania różel informacji. Wartość różel informacji. Istota, rola i różła informacji. Decyzje i ich podejmowanie w warunkach niepewności. Polityka informacyjna i ich rola w kształtowaniu rozwoju miast, regionów. Dezinformacja. Informacja w otoczeniu biznesowym.

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody kształcenia | rozwoju, wykład problemowy, prezentacja multimedialna, wykład informacyjny | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | EP2,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP3 |
| | PREZENTACJA | EP4,EP6,EP7,EP8 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP4,EP5,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady: zaliczenie z oceną w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń. Ćwiczenia: zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zadań oraz kolokwium z treści prezentowanych na ćwiczeniach | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |

Ocen z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: analiza danych przestrzennych (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_39N | |
|---|--|--|--|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menadżer wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna i rozumie powiązania z wielowymiarowością procesów zachodzących w ramach gospodarowania przestrzeni miejskiej i regionalnej | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student zna i rozumie wielowymiarowe zależności pomiędzy procesami i zjawiskami występującymi w rozwoju poszczególnych regionów | K_W09 |
| | 3 | EP3 | Student zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej na poziomie umożliwiający adekwatne opisywanie i interpretowanie zjawisk i procesów istotnych z punktu widzenia postrzegania miast i regionów | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Student potrafi wykorzystywać nabytą wiedzę z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do analizy i oceny zjawisk i procesów społeczno-gospodarczych związanych z rozwojem oraz funkcjonowaniem przestrzeni miejskiej i regionalnej | K_U01 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi dobrać i wykorzystywać odpowiednie metody i narzędzia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do rozwiązywania problemów z zakresu rozwoju regionalnego | K_U03 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi modelować zjawiska i procesy społeczno-gospodarcze przy wykorzystaniu narzędzi wchodzących w skład Wielowymiarowej Analizy Statystycznej | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów WAs i zachowuje ostrożny i krytyczny w wyrażeniu opinii na podstawie przeprowadzonych badań z wykorzystaniem narzędzi wchodzących w skład Wielowymiarowej Analizy Statystycznej | K_K02 |
| | 2 | EP8 | Student jest gotów do krytycznej oceny zdobytej wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w badaniu zjawisk i procesów zachodzących w przestrzeni miejskiej i regionalnej | K_K01 |
| | 3 | EP9 | Student jest gotów do stosowania wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w rozwiązywaniu problemów o charakterze poznawczym i pragmatycznym z zachowaniem zasad etyki zawodowej | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Problematyka badań wielowymiarowych przestrzeni miejskiej i regionalnej. Miasto i region w teorii i praktyce. Dobór i wybór zmiennych diagnostycznych. Grupowanie i porządkowanie obiektów wielocechowych. Ocena wyników badań. Potrzeba prowadzenia analiz wielowymiarowych przestrzeni regionalnej. Określenie obiektu badań. Kwantyfikacja obszaru badawczego. Problematyka stosowania metod wielowymiarowej analizy statystycznej (WAs). Zastosowania wyników badań regionalnych. | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań | | | |

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | PROJEKT | EP4,EP5,EP6 |
| | ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP7,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zajęcia laboratoryjne - zaliczenie na podstawie przygotowanego projektu. Wykłady - egzamin pisemny obejmujący wiedzę z wykładów i zalecanej literatury przedmiotu. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena końcowa stanowi średnią arytmetyczną ocen z zajęć laboratoryjnych i wykładów. | |
| Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz. | 125 | |
| Liczba punktów ECTS | 5 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] | | | | |
|--|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: Challenges of modern territorial marketing (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_4N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk angielski j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Knows the basic concepts of modern marketing and can present the process of modern marketing in an enterprise | K_W01 K_W03 |
| | 2 | EP2 | Lists and describes instruments of marketing impact | K_W06 K_W08 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Is able to select and design modern marketing instruments for the indicated example company | K_U02 K_U04 |
| | 2 | EP4 | Identifies the environment and segments on the selected market and adapts marketing solutions to them and constructs the concept of marketing activities for a specific company | K_U03 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Is ready to take proactive actions and is ready to independently supplement his knowledge and practical skills | K_K01 K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Modern marketing mix instruments. Diagnosis, evaluation of application on selected examples. Identifying the modern marketing environment of the enterprise on selected examples. Changes in the segmentation process. Modern behavior of buyers - case study. New trends in marketing - case study. The genesis and directions of changes in modern marketing. Marketing orientations. Modern marketing approach. Internet marketing. Determinants of marketing development in modern companies. Modern marketing environment, environmental factors, trends in the environment. Modern behavior of buyers. Marketing mix instruments. | | | | |
| Metody kształcenia | individual tasks within a prepared project, lectures | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Classes - credit with a grade based on class activity, partial grades for performing individual tasks within a prepared project. Lectures - credit with a grade based on the results of the final written test in the field of lecture content and recommended literature after passing the exercises. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| The final grade is the arithmetic average of the lectures and exercises grades. | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: decyzje menadżerskie w miastach i regionach (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_10N | |
|--|---|--|---|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student ma wiedzę na temat procesu i narzędzi wspierających podejmowanie decyzji | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student rozumie wielorakie uwarunkowania procesu decyzyjnego, w tym aspekty behawioralne w tym procesie | K_W09 K_W10 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Student posiada umiejętności w zakresie diagnozowania i analizowania problemu decyzyjnego, a także przygotowania wariantów i ostatecznego rozwiązania oraz jego skutecznego wdrożenia | K_U01 |
| | 2 | EP4 | Student potrafi prowadzić konstruktywne dyskusje i rekomendować najbardziej efektywne rozwiązania problemu decyzyjnego | K_U06 |
| | 3 | EP5 | Student potrafi przewodzić zespołowi oraz skutecznie współdziałać z członkami w ramach rozwiązywania problemów decyzyjnych | K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | Student jest gotów do podejmowania ryzyka i ponoszenia odpowiedzialności w warunkach niepewności | K_K05 |
| | 2 | EP7 | Student jest gotów do podejmowania efektywnych działań z poszanowaniem zasad etyki zawodowej | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Definiowanie problemu. Analiza i narzędzia wspierające proces decyzyjny. Wypracowanie wariantów rozwiązań. Wybór najlepszego rozwiązania i skuteczne wdrożenie. Modele podejmowania decyzji Fazy procesu podejmowania decyzji Fazy procesu podejmowania decyzji. Decyzje w warunkach niepewności. Behawioralne aspekty podejmowania decyzji. | | | | |
| Metody kształcenia | Dyskusja i praca w grupach nad konkretnymi studiami przypadku podczas ćwiczeń, Gra decyzyjna połączona z prezentacją rezultatów., Wykład informacyjny i problemowy połączony z dyskusją moderowaną i prezentacją multimedialną. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | PREZENTACJA | | | EP1,EP2,EP3 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | | | EP4,EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Ćwiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej oceny wykonania zadań ćwiczeniowych oraz aktywności podczas zajęć. Wykład - egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna uzyskana z zaliczenia i egzaminu. | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: design i architektura marki miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_34N | |
|---|---|--|---|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er brandingu miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna podstawowe zasady planowania i budowania marki dla lokalnych instytucji. | K_W03 K_W04 K_W06 |
| umiejętności | 1 | EP2 | Student potrafi zaplanować działanie związane z budowaniem marki. Zna zasady tworzenia marki oraz jest przygotowany do podejmowania odpowiednich działań w celu budowania marki miast i regionu. | K_U01 K_U04 K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP3 | Student jest przygotowany do poszukiwania rozwiązań dla omawianych zagadnień, do wykorzystania posiadanej wiedzy z zakresu tworzenia marki miasta i regionu. Potrafi również w krytyczny sposób spojrzeć na nieetyczne działania. | K_K02 K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ Ę I KONSULTACJI | | | | |
| Design i architektura marki w nowoczesnym marketingu. Startegie budowania architektury marki miasta i regionu. Projektowanie marki miasta i regionu. Rola osobowo ci marki w tworzeniu strategii marki miasta. Rebranding, stereotypy i cliches marki regionu i miasta. Branding miasta i regionu a nowe media. Storytelling miasta. Budowanie strategii architektury marki regionu i miasta. Projektowanie to samo ci marki. Tworzenie osobowo ci marki miasta i regionu. Rebranding miasta i regionu. Wykorzystanie nowych mediów do budowania marki miasta i regionu. Tworzenie storytelling dla miasta lub regionu. Prezentacja projektów. | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | | | EP1,EP2,EP3 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wykładu: uzyskanie z kolokwium zaliczeniowego (obejmuj cego zagadnienia z wykładów i wskazanej literatury) min. 60%. | | | |
| | wiczania: zaliczenie na podstawie przygotowania i przedstawienia projektu. Student otrzymuje ocen dostateczn z wicze , je li otrzyma co najmniej 60% punktów mo liwych do zdobycia. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen ko ców z przedmiotu jest rednia arytmetyczna z wykładu i wicze , uzyskiwana pod warunkiem otrzymania pozytywnych ocen z ka dej cz ci. | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_33N | |
|---|----------------------|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er branding miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna i rozumie podstawowe zało enia przestrzennego zró nicowania elementów dziedzictwa kulturowego i ich wpływu na rozwój społeczno-kulturowy regionu i jego specyfiki terytorialnej | K_W02 K_W03 |
| | 2 | EP2 | zna zaawansowane narz dzia badawcze i statystyczne, jak również wszelkiego rodzaju ró dła informacji odnosz ce si do dziedzictwa kulturowego oraz procesów budowania to samo ci regionalnej (lokalnej) | K_W05 |
| | 3 | EP3 | zna elementy potencjału kulturowego jednostek terytorialnych, głównie w zakresie obecno ci elementów dziedzictwa kulturowego, jak również rozumie ich znaczenie w kreowaniu marki terytorialnej, bazuj cej na indywidualnej i zbiorowej to samo ci miejsca | K_W07 |
| | 4 | EP4 | rozumie rol samorz dów terytorialnych w budowaniu to samo ci lokalnej w oparciu o zasoby dziedzictwa kulturowego regionu | K_W04 |
| umiej tno ci | 1 | EP5 | potrafi analizowa i interpretowa procesy oraz zjawiska zwi zane z kształtowaniem to samo ci lokalnej, bazuj c na elementach regionalnego dziedzictwa kulturowego | K_U01 |
| | 2 | EP6 | potrafi interpretowa zale no ci pomi dzy elementami dziedzictwa kulturowego a procesami branding miast i regionów | K_U04 K_U05 |
| | 3 | EP7 | potrafi doбира i wykorzystywa zaawansowane narz dzia i metody badawcze, jak również odpowiednie techniki informacyjne do formułowania wniosków i rozwi zywania problemów z zakresu branding miast i regionów w oparciu o zasoby dziedzictwa kulturowego regionu | K_U03 |
| | 4 | EP8 | potrafi planowa działania, przygotowywa odpowiednie opracowania oraz ekspertyzy z zakresu kształtowania branding w oparciu o elementy dziedzictwa kulturowego i to samo ci lokalnej miejsca, jak również potrafi odpowiednio kierowa własnym rozwojem kompetencji w tym zakresie | K_U07 K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP9 | jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych tre ci w zakresie kształtowania to samo ci lokalnej i wpływu elementów dziedzictwa kulturowego na postrzeganie marki miejsca i jej zarz dzanie | K_K01 |
| | 2 | EP10 | jest gotów do podejmowania działa na rzecz budowania to samo ci lokalnej i interpretacji dziedzictwa kulturowego w procesach branding miast i regionów | K_K04 |
| | 3 | EP11 | jest gotów do działania i my lenia w sposób kreatywny w inicjowaniu działa na rzecz interesu lokalnych i regionalnych społeczno ci, w poszanowaniu ich rozwoju zrównowa onego i z zachowaniem odniesienia do tradycji i elementów dziedzictwa kulturowego | K_K03 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

Dziedzictwo kulturowe regionu - identyfikacja, formy i przestrzenne zróżnicowanie. Znaczenie elementów dziedzictwa kulturowego w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca. Podstawowe elementy dziedzictwa kształtujące markę miejsca. Relacje i zależności: dziedzictwo kulturowe - to samo miejsce - społeczność - marka - zarządzanie. Dziedzictwo trudne, zapomniane, niechciane... Problemy w kreowaniu marki wynikające z identyfikacji i akceptacji elementów dziedzictwa. Metody analizy dziedzictwa kulturowego pod kątem rozwoju procesów brandingowych miejsca. Analiza studium przypadków - wykorzystanie elementów dziedzictwa kulturowego w procesach brandingowych. Interpretacja i zarządzanie dziedzictwem kulturowym pod względem jego wykorzystania w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca.

| | | |
|---|--|-----------------------------------|
| Metody kształcenia | projekt - praca semestralna, badania analizy wybranych studiów przypadków, wykład połączony z prezentacją multimedialną, panel dyskusyjny i studium przypadków | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | EP1,EP3,EP4 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP10,EP11,EP2,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | wyczenia - zaliczenie z oceną na podstawie pracy pisemnej, badanie analizy wybranego przypadku wpływu elementów regionalnego dziedzictwa kulturowego na rozwój marki regionalnej i sposób jej zarządzania. Wykłady - zaliczenie z oceną w oparciu o wyniki testu pisemnego sprawdzającego teoretyczną wiedzę z zakresu dziedzictwa kulturowego i jego zależności z procesami brandingowymi miast i regionów | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena końcowa jest wyliczana jako średnia ważona: 75% zaliczenie ćwiczeń i 25% zaliczenie wykładów | |
| Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz. | 100 | |
| Liczba punktów ECTS | 4 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | |
|---|---|
| Nazwa przedmiotu: ekonomia menad erska (PODSTAWOWE) | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_3N |
|---|---|

| |
|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów |
|---|

| | | |
|---|--|-------------|
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
|---|--|-------------|

| | | | |
|------------------|----------------------|--|---|
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowi zkowy | J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski |
|------------------|----------------------|--|---|

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|---|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna proces podejmowania optymalnych decyzji i rozumie ich znaczenie dla wyników ekonomicznych organizacji. | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student rozumie mechanizmy podejmowania optymalnych decyzji w zale no ci od wyst puj cych ogranicze rynkowych. | K_W09 |
| | 3 | EP3 | Student rozumie znaczenie decyzji mikroekonomicznych dla przebiegu procesów gospodarczych w skali regionalnej | K_W02 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | Student potrafi analizowa wyniki ekonomiczne organizacji i podejmowa na ich podstawie optymalne decyzje | K_U01 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi oceni celowo podejmowanych przez organizacj decyzji oraz okre li ich wpływ na kondycj organizacji w ró nych horyzontach czasowych | K_U02 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi dyskutowa na temat decyzji mikroekonomicznych podejmowanych w danych warunkach rynkowych oraz proponowa własne rozwi zania | K_U06 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student jest gotów do podj cia własnej działalno ci gospodarczej w przyszło ci | K_K05 |
| | 2 | EP8 | Student jest gotów do ponoszenia odpowiedzialno ci za swoje decyzje i zachowania w otoczeniu gospodarczym | K_K07 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

Podstawowe poj cia i terminy - mened eryzm, zarz dzanie, przedsi biorczo , koszt alternatywny. Case studies. Podejmowanie decyzji w warunkach niepewno ci - niepewno , prawdopodobie stwo i warto oczekiwana. Drzewa decyzyjne. Decyzje sekwencyjne. Niech do ryzyka. Teoria gier a strategia konkurencji. Analiza tablicy wypłat. Strategia konkurencji. Negocjacje. Ekonomiczne ró dła korzystnego porozumienia. Negocjacje zło one. Strategia negocjacji. Planowanie i ocena przedsi wzi inwestycyjnych. Warto zaktualizowana i dyskontowanie. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Wła ciwa wysoko stopy dyskontowej. Wprowadzenie do ekonomii mened erskiej. Rola mened era w organizacji i uwarunkowania jego pracy. Proces podejmowania decyzji w przedsi biorstwie. Rodzaje decyzji mened erskich. Etapy podejmowania decyzji. Decyzje a ryzyko i niepewno . Otoczenie przedsi biorstwa. Uwarunkowania mikro-, mezo- i makroekonomiczne. Regulacje administracyjne. Struktura i formy rynku. Niedoskonało ci rynkowe. Analiza popytu i jego znaczenie dla optymalnej polityki cenowej. Czynniki okre laj ce popyt. Elastyczno popytu. Decyzje mened erskie w procesie produkcji. Produkcja w krótkim i długim okresie. Mierzenie funkcji produkcji. Analiza kosztów i optymalne decyzje. Koszty produkcji w krótkim i długim okresie. Korzy ci skali. Podejmowanie decyzji w ró nych strukturach rynkowych. Konkurencja doskonała. Konkurencja niedoskonała (konkurencja monopolistyczna, oligopol, monopol). Regulacja, dobra publiczne oraz analiza kosztów i korzy ci. Zawadno rynku i regulacja. Ocena przedsi wzi publicznych. Wpływ polityki fiskalnej i monetarnej na optymalne decyzje przedsi biorstwa.

| | |
|--------------------|---|
| Metody kształcenia | dyskusja, prezentacje multimedialne, rozwi zywanie zada , Wykład informacyjny, analiza przypadków, analiza danych rzeczywistych |
|--------------------|---|

| | | |
|---------------------------------------|--|---------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3 |
| | KOLOKWIUM | EP4,EP5 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP6,EP7,EP8 |

Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego.

| | |
|--------------------------------------|--|
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady: egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach i oceny z pisemnego kolokwium |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z wykładów i wiczeń |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
| Nazwa przedmiotu: etykieta j zykowa w kontaktach zawodowych (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_7N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna poj cie etykiety j zykowej i jej funkcj w kontaktach mi dzyludzkich | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna normy polskiej grzeczno ci j zykowej | K_W01 |
| | 3 | EP3 | ma wiedz na temat pragmatycznych aspektów komunikacji j zykowej | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | potrafi w praktyce wykorzysta normy grzeczno ci j zykowej | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi dostosowa j zyk wypowiedzi do sytuacji komunikacyjnej | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | rozumie potrzeb ci głego doskonalenia swoich kompetencji j zykowych | K_K02 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Istota i zasady etykiety j zykowej. Warunki sprawno ci i skuteczno ci komunikacyjnej. Grzeczno j zykowa w komunikacji bezpo redniej i korespondencji. Tytulatura, zwroty adresatywne, relacje oficjalne, relacje ?na ty?, warunki zmiany relacji. Strategie j zykowe wobec ró nych sytuacji komunikacyjnych i grup odbiorców (m.in.: oficjalno ? potoczno , etykieta biznesowa- etykieta towarzyska). Kulturowe determinanty grzeczno ci j zykowej. Modele grzeczno ci j zykowej w ró nych krajach. Etykieta j zykowa w dyskursie publicznym i nowych mediach elektronicznych. Zasady prowadzenia dyskusji. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład konwersatoryjny z prezentacj multimedialn , analiza tekstów | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie co najmniej 60% punktów z kolokwium. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest ocen z wykładu. | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 50 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 2 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|--|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_20N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|------|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | zna podstawowe źródła informacji niezbędne do projektowania przedsięwzięć oraz projektów samorządowych | K_W05 |
| | 2 | EP2 | wie, jakie są zasady przygotowywania opracowań na potrzeby realizacji projektów samorządowych, w tym na potrzeby projektów realizowanych w ramach programów Unii Europejskiej | K_W07 |
| | 3 | EP3 | zna zasady i mechanizmy planowania wsparcia finansowego dla realizacji projektów samorządowych, ze szczególnym uwzględnieniem funduszy Unii Europejskiej | K_W08 |
| | 4 | EP4 | zna oraz rozumie uwarunkowania o charakterze ekonomicznym, finansowym i organizacyjnym, decydujące o planowaniu i powodzeniu realizacji projektów samorządowych | K_W09 |
| | 5 | EP5 | zna zasady i mechanizmy pozyskiwania wsparcia finansowego dla realizacji projektów samorządowych, ze szczególnym uwzględnieniem funduszy Unii Europejskiej | K_W10 |
| umiejętności | 1 | EP6 | potrafi dostrzec, analizować i wykorzystywać informacje oraz uwarunkowania, sprzyjające realizacji projektów samorządowych, dostrzec powiązania funkcjonalne pomiędzy JST | K_U01 |
| | 2 | EP7 | potrafi analizować czynniki rozwoju miast i regionów (w tym obszarów funkcjonalnych) niezbędne do prawidłowego formułowania założeń projektów samorządowych | K_U04 |
| | 3 | EP8 | potrafi dostrzec i analizować czynniki ryzyka oraz problemy, których istnienie będzie warunkowało tworzenie projektów samorządowych, ze szczególnym uwzględnieniem projektów UE | K_U05 |
| | 4 | EP9 | potrafi przygotować wnioski o dofinansowanie oraz dokumentację, niezbędną do pozyskiwania środków na finansowanie przedsięwzięć samorządowych, szczególnie współfinansowanych ze środków UE | K_U07 |
| | 5 | EP10 | potrafi zorganizować i zarządzać pracami zespołów projektowych, przygotowujących wnioski o dofinansowanie oraz dokumentację niezbędną do pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania, w tym funduszy Unii Europejskiej | K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP11 | jest gotów do przedsięwzięcia i kreatywnego myślenia w zakresie planowania przedsięwzięć samorządowych oraz poszukiwania źródeł ich finansowania | K_K03 |
| | 2 | EP12 | jest gotów do inspirowania działań samorządowych oraz społeczeństwa, mających na celu planowanie i realizowanie przedsięwzięć samorządowych, w tym finansowanych ze źródeł zewnętrznych | K_K04 |
| | 3 | EP13 | jest otwarty na zmiany na ciągłe rozwijanie swojego potencjału zawodowego, w zakresie realizacji projektów samorządowych, w tym do poszukiwania źródeł ich finansowania | K_K06 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

ródła finansowania przedsi wzi samorz dowych. Projekty samorz dowe finansowane z UE. Procedury ubiegania si o rodki UE. Zarz dzenie projektami finansowanymi z UE. Dobre praktyki i projekty samorz dowe. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych. Podstawowe poj cia zwi zane z fundraisingiem. Fundusze strukturalne UE. Programy operacyjne. Pozostałe fundusze i programy UE. Zarz dzenie projektami samorz dowymi. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych.

| | | |
|---|---|---|
| Metody kształcenia | wiczenia warsztatowe, Case study, Praca na dokumentacji konkursowej, Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | Nr efektu uczenia si z sylabusa |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | PROJEKT | EP1,EP10,EP11,EP12,EP13,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP10,EP11,EP12,EP13,EP6 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wicze odbywa si na podstawie projektu przedsi wzi samorz dowych w oparciu o konkretne ródło finansowania, który jest oceniany w oparciu o Kart Oceny Merytorycznej Projektu (KOM) | |
| | Zaliczenie wykładów odbywa si w formie pisemnego egzaminu z tre ci prezentowanych na wykładach, uzupełnionych wskazan literatur . | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu jest redni arytmetyczn oceny z wykładów i wicze . | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 125 | |
| Liczba punktów ECTS | 5 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|--|----------------------|--|---|
| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | |
| Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_4N |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk angielski j zyk polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|---|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalające na zrozumienie tekstów o charakterze akademickim, w tym dotyczących w szczególności problemów brandingów miast i regionów | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP2 | Potrąfi uchwycić główne i wiążące szczegółowych treści przekazu ustnego (długie wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnień z obszaru brandingów miast i regionów oraz bez problemów nadających za zawartymi w nim wywodami | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrąfi czytać ze zrozumieniem złożone artykuły i inne teksty naukowe prezentujące określone stanowiska i poglądy dotyczące problemów brandingów miast i regionów | K_U08 |
| | 3 | EP4 | Potrąfi prowadzić swobodne rozmowy oraz uczestniczyć w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnień z zakresu brandingów miast i regionów, precyzyjnie przedstawiając swoje zdanie i broniąc swoich poglądów | K_U06 K_U08 |
| | 4 | EP5 | Potrąfi przygotować i zaprezentować długą wypowiedź monologiczną na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzystość swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań | K_U06 K_U08 |
| | 5 | EP6 | Potrąfi przygotować opracowanie pisemne na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzystość swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań | K_U07 K_U08 |
| | 6 | EP7 | Potrąfi samodzielnie planować i organizować doskonalenie swoich kompetencji językowych w zakresie brandingów miast i regionów w ramach uczenia się przez całe życie oraz ukierunkowywać innych w tym zakresie | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji językowych i ich stałego aktualizowania i doskonalenia | K_K01 |
| | 2 | EP9 | Jest gotów do rozwijania dorobku zawodowego w obszarze brandingów miast i regionów z wykorzystaniem komunikacji w języku obcym | K_K06 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI

| | | |
|---|---|----------------------------------|
| <p>Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.</p> | | |
| Metody kształcenia | <p>konwersacje; symulacja scenek z życia codziennego; słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości; oglądanie krótkich filmów; czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów; ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne); pisanie krótkich tekstów (maile, listy, streszczenia); prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień</p> | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP3,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP6,EP7 |
| | PREZENTACJA | EP1,EP5,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP4,EP5,EP7,EP8,EP9 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | Egzamin ustny. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z przedmiotu stanowi ocena z egzaminu. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: j zyk francuski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_5N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk francuski j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocena z egzaminu | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|--|---|--|---|--|
| Nazwa przedmiotu: j zyk hiszpa ski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_7N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk hiszpa ski j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonala ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusa |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocenę z egzaminu | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3508_3N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk niemiecki j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusa |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocena z egzaminu | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: J zyk obcy [moduł] | | | | |
|--|---|--|---|--|
| Nazwa przedmiotu: j zyk rosyjski (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_6N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski j zyk rosyjski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim. | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio. | K_U08 |
| | 2 | EP3 | Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych | K_U07 K_U08 K_U10 |
| | 3 | EP4 | Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy. | K_U06 K_U08 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie. | K_K01 |
| | 2 | EP6 | Pracuje samodzielnie nad powierzon prac . | K_K06 |
| | 3 | EP7 | Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada | K_K01 K_K06 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Zaj cia doskonala ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia. | | | | |
| Metody kształcenia | <ol style="list-style-type: none"> 1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie | | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN USTNY | EP1,EP2,EP4,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP4,EP6 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP6,EP7 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP4,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP1,EP2,EP4,EP5,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | FORMA zaliczenia : egzamin ustny | |
| | WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENA z lektoratu stanowi ocenę z egzaminu | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_7N | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna pojęcie finansów publicznych oraz charakteryzuje ich zakres i przedmiot oraz definiuje podstawowe kategorie ekonomiczne charakterystyczne dla instytucji finansowych. | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student zna elementy regionalnych rynków finansowych, interesariuszy regionalnych instytucji finansowych oraz usługi w ramach regionalnych instytucji finansowych. | K_W02 K_W04 |
| | 3 | EP3 | Student zna i rozumie determinanty finansów i kapitału rzeczowego jednostek samorządu terytorialnego. | K_W03 K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Student potrafi analizować i interpretować zagadnienia z zakresu finansów regionalnych w ujęciu instytucjonalnym i instrumentalnym. | K_U01 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi wykrywać i oceniać determinanty dochodów i kosztów jednostek samorządu terytorialnego. | K_U02 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi dyskutować na temat regionalnych rynków finansowych oraz regionalnych instytucji finansowych. | K_U06 |
| | 4 | EP7 | Student potrafi planować i organizować samodzielnie oraz w grupie rozwiązywanie problemów dotyczących regionalnych instytucji finansowych. | K_U09 K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | Student jest gotów do podejmowania właściwych decyzji w zakresie wyboru determinant rozwoju lokalnego i regionalnego | K_K05 K_K07 |
| | 2 | EP9 | Student jest gotów do wyrażania opinii dotyczących oceny funkcjonowania finansów regionalnych w ujęciu instytucjonalnym i instrumentalnym. | K_K02 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Miejsce finansów regionalnych w finansach publicznych. Finanse samorządowe. Budżet jako podstawa gospodarki finansowej jednostki samorządu terytorialnego. Charakterystyka kapitału rzeczowego miast i regionów. Rola i znaczenie regionalnych instytucji finansowych, banki spółdzielcze na regionalnym rynku finansowym. Regionalne instytucje finansowe. Finanse samorządowe. Budżet JST, procedura budżetowa, deficyt a nadwyżka budżetowa. Analiza budżetu wybranej JST. Regionalne instytucje finansowe a regionalne instytucje finansujące. Analiza oferty regionalnych instytucji finansowych. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, wykład informacyjny | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP9 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |

| | | |
|--------------------------------------|---|--|
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonywanych zadań wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną z wykładów i ćwiczeń | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 100 | |
| Liczba punktów ECTS | 4 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: kreowanie wizerunku miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_38N | |
|---|---|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna poj cia i specyfik działa wizerunkowych oraz Public Relations na rynku oraz w przestrzeni komunikacji społecznej. | K_W06 |
| | 2 | EP2 | Student zna podstawowe formy tworzenia tre ci w mediach konwencjonalnych i społeczno ciowych. | K_W08 |
| | 3 | EP3 | Student zna zasady etyki mediów/ formalne i nieformalne sposoby post powania w przypadku narusze etyki. | K_W09 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | Student potrafi sformułowa tre komunikatów w PR. | K_U07 |
| | 2 | EP5 | Student potrafi przygotowa konferencj prasow i j poprowadzi . | K_U06 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi pracowa zespołowo, wciela si w odpowiednie role w zespole zadaniowym. | K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student jest gotów działa etycznie i zgodnie z zasadami kodeksów post powania w mediach. | K_K07 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Public Relations i współczesne media w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Sponsoring jak element PR i marketingu miejsc. Praca rzecznika prasowego i jego rola w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Wizerunek miast i regionów w marketingu politycznym. Wizerunek miast i regionów jako narz dzie komunikacji społecznej. Etyka mediów i przekazu. Konferencja prasowa i komunikaty prasowe w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Formy komunikacji prasowej. PR w marketingu miejsc. Publicity i word of mouth w kreowaniu wizerunku miast i regionów. e-PR w kreowaniu wizerunku miast i regionów. Konstruowanie projektu działa PR kreuj cego po dany wizerunek miast i regionów. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład uczestnicz cy, studia przypadków, symulacje, prezentacje audio video. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | | | EP4 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bie cej oceny poprawno ci wykonywanych zada , w tym przygotowania projektu działa PR, oraz aktywno ci podczas zaj . Wykład - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki kolokwium z zakresu tre ci wykładowych i literatury. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen z przedmiotu jest rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze . | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|--|----------------------|--|---|
| Nazwa przedmiotu: marka etniczna i narodowa (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_17N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowi zkowy | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie koncepcje, teorie i podstawowe poj cia marki etnicznej i narodowej. | K_W02 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie czynniki rozwojowe oraz społeczno-kulturowe uwarunkowania działalno ci marki etnicznej i narodowej. | K_W03 |
| | 3 | EP3 | Zna główne elementy potencjału rynkowego wybranego terytorium oraz zasady przygotowania opracowa diagnostycznych, projektowych i strategicznych na potrzeby marki etnicznej i narodowej. | K_W07 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | Potrafi wykrywa , analizowa i interpretowa wybrane zjawiska i procesy zwi zane z marketingiem etnicznym i narodowym oraz formułowa i weryfikowa hipotezy badawcze dotycz ce czynników i mechanizmów rozwoju marki narodowej. | K_U01 K_U02 |
| | 2 | EP5 | Potrafi w sposób pogł biony ocenia istniej ce rozwi zania wybranych problemów specjalistycznych zakresu marki etnicznej i narodowej | K_U05 |
| | 3 | EP6 | Potrafi przygotowa pisemne opracowanie dotycz ce wybranych problemów specjalistycznych z zakresu marki etnicznej i narodowej. | K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do działania i my lenia w sposób przedsi biorczy i kreatywny w inicjowaniu działa na rzecz interesu publicznego w kontek cie marki etnicznej i narodowej. | K_K03 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów do wypełniania zobowi za społecznych oraz inspirowania i organizowania działa na rzecz rozwoju społeczno ci regionalnych w kontek cie marki etnicznej i narodowej. | K_K04 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

Koncepcje, teorie i podstawowe poj cia marketingu etnicznego i narodowego. To samo i wizerunek w marketingu etnicznym i narodowym. Budowanie marki narodowej. Strategia pozycjonowania marki etnicznej i narodowej. Zarz dzanie relacjami rynkowymi w kontek cie marki etnicznej i narodowej. Wybrana marka etniczna lub narodowa - okre lenie czynników rozwojowych. Wybrana marka etniczna lub narodowa w kontek cie analizy to samo ci i wizerunku. Wybrana marka etniczna lub narodowa - ocena istniej cej marki. Wybrana marka etniczna lub narodowa - analiza kampanii promocyjnej. Wybrana marka etniczna lub narodowa - charakterystyka rynku.

| | | |
|---|---|---------------------------------|
| Metody kształcenia | Wykłady informacyjne, problemowe i konwersatoryjne, analiza tekstów z dyskusją, burza mózgów, zaj cia praktyczne, praca indywidualna. | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP3,EP4,EP5,EP6 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | EP5,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | |

| | |
|---|--|
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady - zaliczenie z ocena na podstawie kolokwium końcowego z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z ćwiczeń. Ćwiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie ocen częściowych za wykonywane prace analityczne oraz aktywność podczas zajęć. |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | Ocena z przedmiotu stanowi średnią ocen z części wykładowej (kolokwium) i ćwiczeniowej. |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: marka instytucji uyteczności publicznej (SPECJALNOŚCI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_36N | |
|---|--|--|---|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menedżer branding miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna podstawowe pojęcia i zjawiska z obszaru budowania marki instytucji publicznej | K_W02 K_W04 |
| | 2 | EP2 | Student zna podstawowe narzędzia wspierające budowanie marki instytucji publicznej | K_W05 K_W06 |
| | 3 | EP3 | Student rozumie znaczenie budowania marki jako elementu kreowania przewagi konkurencyjnej instytucji publicznej | K_W08 K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Student potrafi wyjaśnić specyficzne aspekty związane z budowaniem marki instytucji publicznej | K_U01 K_U05 |
| | 2 | EP5 | Student dyskutuje i określa potencjalne skutki wdrożenia elementów kreowania marki instytucji publicznej | K_U02 K_U06 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi pracować w zespole rozwiązującym zadania związane z budowaniem marki instytucji publicznej | K_U07 K_U09 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Student krytycznie ocenia rozwiązania stosowane przez konkretne instytucje publiczne w zakresie budowania marki | K_K02 K_K04 |
| | 2 | EP8 | Student jest świadomy potrzeby uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności | K_K01 K_K05 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| Marka instytucji publicznej ? analiza przypadków. Internet w budowaniu marki instytucji publicznej. Praca w grupach nad opracowaniem projektu marki instytucji publicznej. Prezentacja opracowanych projektów przez studentów. Marka instytucji publicznej - wprowadzenie. New Public Management w instytucji publicznej. Narzędzia wspierające budowanie marki instytucji publicznej. Doradztwo marketingowe w budowaniu marki instytucji publicznej. Kampanie społeczne jako element budowania marki instytucji publicznej. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład informacyjny, studium przypadku, wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, opracowanie projektu w grupach | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | PROJEKT | | | EP4,EP6,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | | | EP5,EP6,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wzajemne - zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach oraz oceny przygotowanego projektu. Wykład - zaliczenie z oceną w oparciu o wyniki sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wicze . | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocenę z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze . | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | | | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: marketing strategiczny miast i regionów (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_12N | | |
|--|--|--|--|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna proces zarządzania marketingowego w JST | K_W07 |
| | 2 | EP2 | Wymienia i charakteryzuje elementy struktury strategicznego planu marketingowego | K_W06 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Konstruuje strategiczny plan marketingowy dla wybranej gminy | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Jest gotowy do krytycznej oceny odbieranych treści z zakresu marketingu strategicznego miast i regionów i ich głębie aktualizowania swojej wiedzy w tym zakresie | K_K01 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| <p>Funkcje współczesnego marketingu strategicznego w JST. Konsekwencje przyjęcia koncepcji marketingowej w JST. Proces strategicznego zarządzania marketingowego. Procedura opracowania strategicznego planu marketingowego w gminie. Analiza bieżącej sytuacji marketingowej gminy, zasady formułowania celów marketingowych. Narzędzia wspomagające proces określania celów i strategii marketingowych. Strategie marketingowe dla gminy, program działań marketingowych, ustalenie budżetu działań i kontrola działań. Analiza zasobów miast i gmin. Identyfikacja czynników wyróżniających gminy konkurencyjne. Przygotowanie analiz portfelowych służących do wyboru strategii marketingowego działania. Formułowanie misji i celów strategicznych dla gminy. Opracowanie strategii marketingowej. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, dyskusja, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu | |
| | EGZAMIN PISEMNY | | EP1,EP2 | |
| | PROJEKT | | EP3,EP4 | |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wykładów: Egzamin pisemny z treści prezentowanych na wykładach oraz wskazanych pozycjach literatury | | | |
| | Zaliczenie ćwiczeń: na podstawie przygotowanie i zaprezentowanie projektu strategii marketingowej dla wybranego miasta lub regionu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z wykładów i ćwiczeń. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|---|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: metodologia nauk społecznych (PODSTAWOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_1N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie podstawowe zasady metodologii nauk; zna miejsce nauk społecznych w systemie nauki. | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Zna tradycyjne i współczesne orientacje filozoficzno-metodyczne i nurty badawcze w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej. | K_W01 |
| | 3 | EP3 | Zna i rozumie zasady metodologiczne oraz proces poznania i tworzenia wiedzy w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej. | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi ocenić specyfiki i zalety różnych podejść badawczych i metod badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej oraz porządkować informacje płynące z badań specjalistycznych. | K_U03 |
| | 2 | EP5 | Potrafi określić problematykę poszczególnych podejść badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej. | K_U01 K_U05 |
| | 3 | EP6 | Potrafi wybrać procedury badawcze oraz metody służące rozwinięciu określonego problemu naukowego na poziomie pracy magisterskiej. | K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do uznawania znaczenia nauk społecznych, a zwłaszcza ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej dla tworzenia wiedzy. | K_K02 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów doceniać metod naukowych jako podstaw kultury i życia społecznego. | K_K06 |
| | 3 | EP9 | Jest gotów eksponować znaczenie prawdy w badaniach naukowych oraz negatywne skutki fałszu i bzdury w nauce. | K_K07 |

TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE

Metodologia, metoda, technika badawcza. Specyfika i struktura wewnętrzna nauk społecznych i ich miejsce w systemie nauki. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w ekonomii. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w socjologii. Specyfika, struktura i podejścia badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej. Postępowanie badawcze w naukach społecznych. Zasady przygotowania eseju z metodologii nauk społecznych.

| | | |
|--|--|--|
| Metody kształcenia | Wykład akademicki z uwzględnieniem wykładów z pisma. | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |

| | |
|---|--|
| Forma i warunki zaliczenia | <p>Warunkiem uzyskania zaliczenia jest pozytywna (co najmniej dostateczna) ocena eseju zwi ązanego z problematyk metodologii nauk społecznych i oddanie go na dwa tygodnie przed sesj egzaminacyjn . Obj to eseju 20 tys. znaków. Temat dla ka dej z osób zostanie uzgodniony z prowadz cym co najmniej miesi c przed sesj egzaminacyjn . Warto merytoryczna pracy 0-15 pkt., styl naukowy 0-2 pkt., wykorzystanie literatury i ródeł 0-2 pkt., redakcja i estetyka (0-1).</p> <p>Ocena ko cowa: 20-19 pkt. - bdb; 18-17 pkt. db+; 16-15 pkt. db; 14-13 pkt. - dst+; 11-12 pkt. - dst.</p> |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | Ocen ko cowa z przedmiotu jest ocena z zaliczenia wykładu. |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 50 |
| Liczba punktów ECTS | 2 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: metody i techniki regionalnych badań społecznych (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_13N | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP2 | Student zna różne metody i techniki regionalnych badań społecznych | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Student potrafi korzystać z właściwych metod i technik regionalnych badań społecznych | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Student gotów do uznawania roli metod i technik regionalnych badań społecznych w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych | K_K02 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Etapy procesu badawczego - sformułowanie problemu badawczego. Badania reaktywne i niereaktywne, ilościowe i jakościowe. Obserwacja, ankieta i kwestionariusz wywiadu jako podstawowe narzędzia badań sondażowych. Dobór jednostek do badania - rodzaje prób i ich reprezentatywność. Analiza danych ilościowych i jakościowych. Pojęcie zmiennej, miernika i wskaźnika. Skale pomiarowe. Badanie zmiennych ilościowych i jakościowych. Kodowanie zmiennych. Graficzna prezentacja wyników badań.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, prezentacja multimedialna | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP2,EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP2,EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Laboratorium - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej oceny aktywności podczas zajęć i rozwiązywania zleczonych zadań. | | | |
| | Wykład - zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium podsumowującego z zakresu wykładów i zalecanej literatury. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z zaliczenia ćwiczeń i laboratoriów. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|---|--|---|--|
| Nazwa przedmiotu: "Na koniec świata... i jeszcze dalej?" podróże w średniowieczu (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3440_8N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna podstawową terminologię fachową dotyczącą podróży w średniowieczu | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student zna główne typy podróży do dziejów podróży w średniowieczu | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student zna najważniejsze tendencje historiografii w zakresie podróży w średniowieczu | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | student potrafi wskazać kluczowe zjawiska charakteryzujące podróże w średniowieczu | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student jest gotów wymienić główne przyczyny i uwarunkowania podróży w średniowieczu | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | student jest gotów do zajęcia krytycznego stanowiska wobec historiografii | K_K01 |
| | 2 | EP7 | student jest nastawiony na poszerzanie swoich umiejętności z zakresu tematyki wykładu | K_K06 |
| TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Zagadnienia wstępne. Omówienie tematyki i podróży. Podróże lądowe i morskie w średniowieczu (rodzaje komunikacji, warunki i prężność podróży). Podróże władcy - Fryderyk Barbarossa i Ludwik IX. Wędrowni rycerze - hrabia Wilhelm IV z Geldrii i Mikołaj von Popplau. Podróże kupieckie - Marco Polo i Atanazy Nikitin. Podróże odkrywców - Alwijs da Ca?da Mosto i Krzysztof Kolumb. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z prezentacją | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 50 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 2 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|---|----------------------|--|---|
| Nazwa przedmiotu: negocjacje i sztuka argumentacji (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_11N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|---|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna podstawowe zasady i style negocjacji | K_W01 K_W02 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie mechanizmy i uwarunkowania determinuj ce pozycj negocjacyjn | K_W03 K_W09 |
| umiej tno ci | 1 | EP3 | Potrafi posługiwa si technikami komunikacyjnymi (zachowania werbalne i niewerbalne) by przekaza komunikat rozmówcy w celu podj cia prawidłowej decyzji i przekona go do swojego stanowiska. | K_U03 K_U06 |
| | 2 | EP4 | Student potrafi planowa i doskonali swoje kompetencje w zakresie negocjacji i sztuki argumentacji | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Student jest gotów do etycznej reakcji na ró norodne zachowania poszczególnych partnerów decyzyjnych | K_K07 |
| | 2 | EP6 | Jest gotów do korzystania z poznanych technik negocjacyjnych do osi gni cia m drego rozwi zania, satysfakcjonuj cego obie strony w maksymalnym stopniu | K_K05 K_K06 |

TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI

Podstawowe zasady komunikacji w negocjacjach. wiczenia z zakresu skutecznej komunikacji i argumentacji. Rozbudowane techniki i taktyki negocjacyjne. Negocjacje w praktyce - wiczenia na przykładach praktycznych. Istota, zasady, proces i style negocjacji. Komunikacja i dopasowanie w negocjacjach. Komunikacja werbalna i sztuka argumentacji. Komunikacja niewerbalna. Techniki negocjacyjne.

| | | | |
|---|--|--|---------------------------------|
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna,, Analiza przypadku, rozwi zywanie zada problemowych,, dyskusja i praca w grupach. | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | EP1,EP2 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | EP3,EP4,EP5,EP6 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie aktywno ci na zaj ciach, ocen cz stkowych za wykonywanie poszczególnych zada . Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki ko cowego kolokwium z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wicze . | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | |
| Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze . | | | |

| | |
|---|-----------|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|---|----------------------|--|---|
| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | |
| Nazwa przedmiotu: neurolingwistyka (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3441_4N |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | student ma zaawansowaną i aktualną wiedzę dotyczącą neuroanatomicznych i neurofizjologicznych podstaw zdolności językowych, a także zaburzeń, jakie powstają w wyniku uszkodzenia określonych struktur mózgu; student rozumie interdyscyplinarny charakter badań neurolingwistyki i zna główne tendencje jej rozwoju | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student zna na poziomie zaawansowanym terminologię stosowaną w neurolingwistyce | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student zna i rozumie na poziomie zaawansowanym związek pomiędzy funkcjami określonych struktur anatomicznych mózgu a działaniem mechanizmów zdolności językowych, w tym percepcji i produkcji mowy | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | student wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i wykorzystuje informacje ze źródeł pisanych i elektronicznych w celu poszerzenia wiedzy i jej wykorzystania | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student analizuje teksty i prezentacje ustne dotyczące problematyki neurolingwistycznej, wykrywa i ocenia relacje między formułowanymi w nich hipotezami a znanymi doniesieniami eksperymentalnymi | K_U01 |
| | 3 | EP6 | student potrafi posługiwać się terminologią stosowaną w neurolingwistyce | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności i ma wiadomości o mechanizmach budujących podstawy zdolności językowych człowieka | K_K01 |
| | 2 | EP8 | student jest otwarty na nowe idee i jest gotów do zmiany opinii w świetle aktualnych badań z zakresu neurolingwistyki | K_K07 |

TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE

Wprowadzenie do neurolingwistyki. Metody badawcze w neurolingwistyce (Neuroobrazowanie). Neuroanatomiczne podstawy zdolności językowej. Przetwarzanie języka na poziomie słów, zdań i dyskursu (przetwarzanie semantyczne, syntaktyczne i fonologiczne). Produkcja i rozumienie mowy u osób zdrowych i w przypadkach afazji. Nowe modele funkcjonalnej neuroanatomii języka. Neurolingwistyka rozwojowa. Wielojęzyczność. Współczesne trendy w neurolingwistyce. Postępy w badaniach nad mózgiem i językiem.

| | | | |
|--|--|--|--|
| Metody kształcenia | Wykład, prezentacja multimedialna | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest otrzymanie pozytywnej oceny z testu zaliczeniowego. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocen z przedmiotu jest ocena z wykładu. | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|---|----------------------|--|--|
| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | |
| Nazwa przedmiotu: oblicza neoimperializmu mocarstw (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3440_1N |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|---|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | student zna ewolucję i oblicza neoimperialnej polityki mocarstw (Federacji Rosyjskiej, ChRLD, Indii i Stanów Zjednoczonych) ma pogłębioną wiedzę o założeniach polityki zagranicznej i kierunkach jej rozwoju, rozpoznaje zagrożenia dla bezpieczeństwa międzynarodowego, wyraża wnioski odnoszące się do wykorzystywania hegemonii w polityce zagranicznej | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student zna i rozumie uwarunkowania norm, interesów narodowych, wartości i celów wybranych mocarstw w polityce światowej | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student charakteryzuje przyczyny globalnych problemów związanych z bezpieczeństwem w kontekście społeczno-gospodarczym, międzynarodowym i militarnym. Potrafi określić i analizować, które z nich mogą wspierać wybrane mocarstwa w budowaniu ich potęg | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | student analizuje i prognozuje zmiany w przestrzeni międzynarodowej odnoszące się do wybranych mocarstw oraz ocenia ich wpływ na politykę zagraniczną w poszczególnych strefach ich wpływów | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student krytycznie analizuje i merytorycznie argumentuje oraz ocenia prawdopodobne scenariusze i kierunki polityki zagranicznej i ekspansji mocarstw | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | student ma wiadomo poziom swojej wiedzy i umiejętności, zachowuje krytyczny stosunek do przykładów neoimperialnej polityki mocarstw | K_K01 |
| | 2 | EP7 | student na podstawie pozyskanych informacji formułuje scenariusze dotyczące zagrożeń geopolitycznych | K_K02 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI

Neoimperialna polityka Federacji Rosyjskiej ? konflikty zbrojne. Gospodarczo-militarna polityka ChRLD. Ekspansjonizm największej demokracji świata - Indie. Od unilateralizmu do multilateralizmu - hegemonia Stanów Zjednoczonych.

| | | | |
|--|--|--|------------------------------------|
| Metody kształcenia | Wykład konwersacyjny z elementami prezentacji multimedialnej. | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| Forma i warunki zaliczenia | Kolokwium ustne obejmuj ce wiedze z wykładów i zalecanej literatury. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena ko cowa z przedmiotu (koordynatora) jest ocena z wykładu. | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_4N | |
|--|---|--|--|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna podstawowe poj cia i potrafi okre li funkcje oraz sfery działania administracji rz dowej i samorz dowej w kraju | K_W01 K_W02 |
| | 2 | EP2 | student ma wiedz na temat zasad działania i kompetencji centralnej administracji rz dowej i rz dowej administracji terenowej oraz administracji samorz dowej | K_W04 K_W09 |
| umiej tno ci | 1 | EP3 | student potrafi wykrywa zale no ci przyczynowo-skutkowe zachodz ce w administracji rz dowej oraz administracji samorz dowej | K_U02 K_U05 |
| | 2 | EP4 | student potrafi interpretowa procesy europeizacji administracji rz dowej i ocenia rol rz du w polityce integracyjnej | K_U01 K_U06 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | jest gotów do akceptacji odmiennych pogl dów w kwestii organizacji i funkcjonowania administracji publicznej | K_K07 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Samorz d terytorialny jako podmiot administracji publicznej. Struktura organizacyjna jednostek samorz du terytorialnego. Zadania samorz du terytorialnego. Gospodarowanie finansami i mieniem samorz dowym. Nadzór nad samorz dem terytorialnym (cele, funkcje, kryteria, organy i rodki nadzoru). Zdefiniowanie poj cia, funkcji i sfer działania administracji publicznej w Polsce. Struktura i kompetencje centralnej administracji rz dowej oraz administracji samorz dowej. Organizacja i zasady działania rz dowej administracji terenowej. Autonomiczne struktury administracji centralnej ? znaczenie w systemie administracji pa stwowej. Istota i formy kontroli administracji rz dowej.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, analiza przypadków. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | | | | |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | KOLOKWIMUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4,EP5 |
| ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP4,EP5 | |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia wykładów jest zdanie egzaminu przeprowadzonego w formie pisemnej z tre ci wykładów i zalecanej literatury. Do egzaminu mog podej studenci, którzy otrzymali wcze niejsze zaliczenie z wicze . Podstaw zaliczenia wicze jest aktywne uczestnictwo w zaj ciach, przygotowanie zadania praktycznego, uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium oraz aktywne uczestnictwo na zaj ciach. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocen ko ców z przedmiotu stanowi ocena z egzaminu. | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|--|--|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: Plain language - prosty język w komunikacji profesjonalnej (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_6N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 3 - język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna reguły redakcji tekstów zgodne z zasadami prostego języka | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna zasady poprawności językowej | K_W01 |
| | 3 | EP3 | ma wiedzę na temat stylistycznego znaczenia polszczyzny | K_W01 |
| | 4 | EP4 | zna zasady przygotowania wystąpień publicznych | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP5 | potrafi w praktyce stosować zasady poprawności językowej | K_U01 |
| | 2 | EP6 | umie zredagować tekst zgodnie z wyznacznikami prostej polszczyzny | K_U01 |
| | 3 | EP7 | w pracy zawodowej potrafi skutecznie komunikować w mowie i w piśmie | K_U02 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP8 | wiadomie wykorzystuje wiedzę i umiejętności z zakresu poprawności językowej w praktyce zawodowej | K_K06 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Rola kompetencji językowej i kompetencji komunikacyjnej w kontaktach zawodowych. Znaczenie stylistyczne współczesnej polszczyzny. Wyróżnienie stylów funkcjonalnych. Plain language - próba definicji, mity na temat prostej polszczyzny, wyróżnienie prostego języka. Zasady komunikacji pisemnej. Wyznaczniki gatunków, kompozycja tekstów, opracowanie graficzne. Korespondencja zawodowa. Tytułatura- sposoby zwracania się do osób pełniących funkcje. Język pisany w komunikacji zawodowej- kryteria poprawności językowej (poprawność stylistyczna, składniowa, ortograficzna, interpunkcyjna). Cechy językowo- stylistyczne tekstów urzędowych i prawniczych ? analiza przykładów, techniki upraszczania tekstów. Język mówiony ? zasady przygotowywania wystąpień publicznych (m.in. struktura wypowiedzi, dobór słownictwa, poprawność artykulacyjna i dykcyjna).</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład problemowy z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, analiza tekstów | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie 60% punktów z kolokwium. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: planowanie przestrzenne (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_15N | |
|---|----------------------|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Ma podstawową wiedzę o specyfice planowania przestrzennego jako działalności praktycznej oraz jego powiązaniu z dyscyplinami pokrewnymi. | K_W02 |
| | 2 | EP2 | Zna podstawowe zasady i modele planowania przestrzennego. | K_W01 |
| | 3 | EP3 | Zna podstawowe uwarunkowania kształtowania przestrzeni zgodnie z wymogami ładu przestrzennego oraz innego rodzaju uwarunkowaniami (społecznymi, gospodarczymi, technicznymi itp.). | K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi analizować dokumenty planistyczne gminy pod kątem ich znaczenia w przeznaczaniu terenu pod różne funkcje zgodnie z zasadami ładu przestrzennego i zrównoważonego rozwoju | K_U05 |
| | 2 | EP5 | Potrafi ocenić przydatność procedur i dobrych praktyk do realizacji zadań związanych z planowaniem przestrzennym w kontekście brandingu miast i regionów | K_U03 |
| | 3 | EP6 | Potrafi wykrywać przejawy kolizji i konfliktów przestrzennych i proponować wybór optymalnego w danych warunkach wariantu zagospodarowania w kontekście brandingu miast i regionów | K_U02 K_U04 |
| | 4 | EP7 | Potrafi przygotować i przedstawić prezentację wybranego zagadnienia z zakresu planowania przestrzennego w kontekście potrzeb brandingu miast i regionów | K_U06 K_U07 |
| | 5 | EP8 | Potrafi pracować samodzielnie i w grupie, wykazując się kreatywnością w podejmowanych działaniach | K_U09 K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP9 | Jest gotów do współpracy i komunikacji w zespole przy wykonywaniu prac z zakresu planowania przestrzennego | K_K05 |
| | 2 | EP10 | Jest gotów do uznawania znaczenia aspektów przestrzennych i ekologicznych funkcjonowania i rozwoju miast i obszarów wiejskich dla prawidłowego kształtowania ich brandingu | K_K02 K_K04 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Planowanie przestrzenne i jego cechy. System planowania przestrzennego w Polsce. Analiza i ocena stanu aktualnego i przewidywanych zmian. Zasady zagospodarowania przestrzennego. Ład przestrzenny i równowaga rozwoju w przestrzeni. Modele planowania przestrzennego. Prognozy i ich rola w planowaniu przestrzennym. Inwentaryzacja, waloryzacja oraz analiza funkcji i form zagospodarowania wybranego obszaru miasta. Diagnoza i analiza uwarunkowań zagospodarowania terenu (wewnętrznych i zewnętrznych). Określenie funkcji oraz kierunków zagospodarowania przestrzennego wybranego obszaru istotnego z punktu widzenia brandingu miast i regionów. Opracowanie projektu zagospodarowania terenu i jego ocena z punktu widzenia korzyści i zagrożeń dla brandingu miast i regionów. Prezentacja projektu (cz. tekstowa i graficzna). | | | | |
| Metody kształcenia | | Wykład akademicki z użyciem wycieczek i materiałów pisma. Prezentacja multimedialna. Film edukacyjny, Praca i dyskusja w grupach. Wykonanie projektu. Prezentacja projektu | | |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3 |
| | PREZENTACJA | EP5,EP7 |
| | PROJEKT | EP10,EP4,EP6,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | <p>Warunkiem zaliczenia wicze jest pozytywna ocena aktywnego udziału w zajęciach oraz projektu i jego prezentacji. Warunkiem uzyskania zaliczenia wykładu jest pozytywna ocena z egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru. Ocena wicze jest wypadkową oceny aktywnego uczestnictwa w zajęciach - 20%, opracowanie projektu - 40%, prezentacji multimedialnej - 40%. Każde z 10 pytań egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru oceniane jest w skali 0-1 pkt. Uzyskane punkty przeliczane są na oceny w następujący sposób: 10 pkt. - bdb; 9 pkt. - db+; 8 pkt. db; 7 pkt. dst+; 6 pkt. - dst; 5 pkt. i mniej ndst.</p> | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu składa się w 60% z oceny z zaliczenia wiczeni i w 40% z oceny z egzaminu. | |
| Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|---|--|--|--|
| Nazwa przedmiotu: podstawy psycholingwistyki eksperymentalnej (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_9N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna terminologię psycholingwistyczną oraz najważniejsze teorie | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna i rozumie stosowane w psycholingwistyce metody badawcze | K_W01 |
| | 3 | EP3 | zna i rozumie psycholingwistyczne eksperymenty i ich wyniki | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | potrafi krytycznie ocenić główne podejścia teoretyczne | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi umiejscowić psycholingwistyczne eksperymenty w szerszym kontekście badań nad umysłem | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | jest gotów do uważnego słuchania innych oraz śledzenia ich toku myślenia | K_K01 |
| | 2 | EP7 | jest gotów do przekonującego i zrozumiałego formułowania swoich poglądów i argumentów | K_K01 |
| TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Psycholingwistyka – podstawowe pojęcia. Historia psycholingwistyki. Cele psycholingwistyki. Ewolucja badań psycholingwistycznych. Słownik umysłowy. Psycholingwistyczne badania języka. Testy swobodnych skojarzeń werbalnych. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z elementami dyskusji | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PREZENTACJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia jest przygotowanie prezentacji w obszarze zagadnień omawianych w ramach wykładu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena za prezentację jest oceną końcową. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | | | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: potencjał rozwojowy miast i regionów (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_5N | |
|--|---|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Rozumie istotę i mechanizmy funkcjonowania i rozwoju gospodarki w skali lokalnej i regionalnej | K_W02 K_W04 |
| | 2 | EP2 | Zna główne problemy wykorzystania instrumentów planowania rozwoju miast i regionów | K_W08 K_W09 |
| | 3 | EP3 | Zna składniki potencjału rozwojowego miast i regionów. | K_W03 K_W07 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi znajdować i analizować dane empiryczne dotyczące rozwoju miast i regionów | K_U02 K_U05 |
| | 2 | EP5 | Potrafi dobrać i wykorzystywać właściwe metody i narzędzia do oceny potencjału rozwojowego miast i regionów a na podstawie uzyskanych wyników przygotowuje opracowania pisemne z tego zakresu. | K_U04 K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | Jest gotów do kreatywnego inicjowania i organizowania działań na rzecz rozwoju lokalnego lub regionalnego | K_K04 |
| | 2 | EP7 | Jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy w celu wykorzystania potencjału rozwojowego układów lokalnych i regionalnych z zachowaniem zasad etyki zawodowej | K_K03 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Przestrzeń i środowisko geograficzne - perspektywa gospodarcza. Cechy i struktura przestrzeni geograficznej. Środowisko geograficzne. Zasoby - potencjał - kapitał środowiska. Wzrost i rozwój gospodarczy w skali lokalnej i regionalnej. Potencjał miasta i regionu w gospodarce lokalnej, regionalnej i ponadregionalnej. Klasa kreatywna jako potencjał rozwojowy miast i regionów. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - cel, zakres, metody. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - identyfikacja zasobów. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - określenie potencjału. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - scenariusze rozwoju. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - wnioski. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. Ćwiczenia - przygotowanie projektu. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | PROJEKT | | | EP5,EP6 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEC OBSERWACJAMI) | | | EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady - zaliczenie wyrażone oceną w oparciu o wyniki kolokwium pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń ; Ćwiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach oraz oceny przedstawionego projektu | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnią ważoną ocen z części wykładowej - 65% oraz z części ćwiczeniowej (projektowej) - 35% | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3362_35N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er brandingu miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna i identyfikuje strategie, metody oraz narz dzia odnosz ce si do pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej | K_W03 K_W06 |
| umiej tno ci | 1 | EP2 | Student wybiera wła ciwe narz dzia i metody pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej | K_U03 K_U04 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP3 | Student docenia znaczenie pracy w grupie i komunikacji z odbiorcami w odpowiednim pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej | K_K02 K_K03 K_K04 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Istota i proces pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej. Wskazówki dotycz ce pozycjonowania marek. Ustalanie optymalnego konkurencyjnego pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. wybieranie punktów wyró niaj cych i wspólnych, okre lania skojarze i mantrów marki. Strategie pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. cele, rodzaje, procedury, warunki, korzy ci. Konstruowanie narz dzi pozycjonowania m.in. map percepcji i profili semantycznych oraz map preferencji i wybór strategii. Mapy percepcji i analizy struktury kategorii produktu. Inne metody budowy map percepcji i map preferencji. Wykorzystanie storytellingu jako narz dzia pozycjonowania marek, m.in. tworzenie historii, budulec opowie ci, rytuały, bohaterowie. Istota i elementy storytellingu w pozycjonowaniu marki. Wykorzystanie internetu, m.in. strony internetowej oraz mediów społeczno ciowych w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej. Rola internetu w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej. Wykorzystanie city placement i innych form komunikowania oraz współpracy w strategii pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej. City placement i inne formy maj ce na celu pozycjonowanie marek lokalnych i regionalnych. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, praca w grupach i indywidualna, rozwi zywanie zada problemowych, wymiana pogl dów/dyskusja moderowana, case study | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | KOLOKWIUM | | | EP1 |
| | PROJEKT | | | EP1,EP2,EP3 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP1,EP2,EP3 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z ocen z wicze - projekt wraz z prezentacj oraz oceniana b dzie równie aktywno studenta podczas wicze w grupach Zaliczenie z ocen z wykładu odbywa si na podstawie egzaminu pisemnego z tre ci prezentowanych na zaj ciach oraz przedstawionej literaturze. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocen ko ców z przedmiotu jest rednia arytmetyczna ocen z zaliczenia ko cowego z wicze i pozytywnego zaliczenia egzaminu. | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 125 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 5 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: pracownia dyplomowa (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_19N | |
|---|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3, 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski, semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna własne źródła informacji oraz adekwatne narzędzia i techniki matematyczno-statystyczne oraz graficzne i kartograficzne dostosowane do konkretnych problemów badawczych | K_W05 |
| | 2 | EP2 | Zna własne zasady przygotowania opracowań analitycznych, diagnostycznych i projektowych w zakresie brandingu miast i regionów ze szczególnym uwzględnieniem problemu badawczego realizowanej pracy dyplomowej | K_W07 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi dobierać i porządkować różnorodne informacje dotyczące zagadnień z zakresu przygotowywanej pracy dyplomowej oraz sprawnie je przetwarzać, posługując się adekwatnym oprogramowaniem komputerowym | K_U03 |
| | 2 | EP4 | Potrafi dobierać i stosować własne metody i narzędzia matematyczno-statystyczne adekwatne do konkretnych zadań badawczych realizowanych w pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 3 | EP5 | Potrafi dobierać i stosować własne metody i narzędzia graficzne i kartograficzne adekwatne do konkretnych zadań badawczych realizowanych w pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 4 | EP6 | Potrafi samodzielnie rozwijać umiejętności badawcze, korzystając z różnych źródeł w języku polskim i obcym oraz nowoczesnych technologii informacyjnych | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do ciągłego doskonalenia się oraz doskonalenia własnych umiejętności badawczych | K_K01 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów do uznawania roli prac badawczo-rozwojowych i umiejętności eksperckich w rozwiązywaniu problemów poznawczych i aplikacyjnych z zakresu brandingu miast i regionów | K_K02 |
| | 3 | EP9 | Jest gotów do kreatywnego rozwiązywania problemów poznawczych, metodologicznych i aplikacyjnych w kontekście tematu przygotowywanej pracy dyplomowej | K_K03 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| źródła danych oraz zaawansowane sposoby pozyskiwania i selekcji informacji. Przetwarzanie i prezentacja materiałów niezbędnych do realizacji pracy magisterskiej. Zaawansowane metody i techniki transformacji danych. Zaawansowane narzędzia i techniki matematyczno-statystyczne. Zaawansowane narzędzia i techniki graficzne i kartograficzne. | | | | |
| Metody kształcenia | klasyczna metoda problemowa, prezentacja multimedialna, indywidualna praca przy komputerze | | | |

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | PREZENTACJA | EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie na ocenę po każdym semestrze. Podstawą zaliczenia przedmiotu jest wykonanie zadań przewidzianych w danym semestrze oraz pozytywne zaliczenie końcowego sprawdzianu | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z pracowni dyplomowej w każdym semestrze. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 100 | |
| Liczba punktów ECTS | 4 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|--|--|---|--|
| Nazwa przedmiotu: pragmalingwistyczne metody opisu działania językowych (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_10N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student rozumie znaczenie badań pragmalingwistycznych | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student zna podstawowe pojęcia z zakresu pragmalingwistyki | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student zna podstawowe akty mowy i ich wykładniki językowe | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | student umie odróżniać akty mowy i ich wykładniki językowe | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student umie zastosować zasady konwersacyjne w komunikacji językowej | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | student jest gotów do stosowania zdobytej wiedzy w praktyce komunikacyjnej | K_K02 |
| | 2 | EP7 | student jest gotów do świadomego pogłębienia swojej wiedzy i umiejętności w kontekście znajomości języków | K_K01 |
| TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| <p>Pragmalingwistyka; rozwój metodologii badawczej (logika, filozofia języka, psychologia, językoznawstwo itd.). Semantyka a pragmatyka. Dyskusje lingwistyczne. Pojęcie aktu mowy, jego komponenty (lokucja, illokucja, perlokucja) i ich rola w języku. Podział aktów mowy w lingwistyce i kryteria ich podziału w językoznawstwie angielskim, niemieckim i w językach słowiańskich. Akty mowy dyrektywne i ich wykładniki językowe. Wybrane aspekty funkcjonowania. Akty mowy komisyjne i ich wykładniki językowe. Wybrane aspekty funkcjonowania. Akty mowy ekspresyjne i ich wykładniki językowe. Wybrane aspekty funkcjonowania. Funkcje pragmatyczne języka. Implikatury konwersacyjne Greicea. Zasady konwersacji językowej. Presupozycje, inferencje językowe i typy intencji językowych.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium z zakresu treści wykładowych. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 50 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 2 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: pragmatyka kognitywna (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3441_2N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student wymienia i charakteryzuje zjawiska komunikacyjne opisywane przez pragmatyk : implikatury, presupozycje, akty mowy | K_W01 |
| | 2 | EP2 | student charakteryzuje główne modele komunikacji wypracowane przez pragmatyk kognitywn | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP3 | student stosuje aparat pojęciowy teorii z zakresu pragmatyki kognitywnej do opisu i wyjaśnienia zjawisk komunikacyjnych: mowy potocznej, ironii, metafor, humoru, manipulacji językowej | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | student przyjmuje postawę odpowiedzialności za jakoś praktyki komunikacyjnej, jest gotowy do przeciwdziałania manipulacji i innym formom złej mowy? | K_K07 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ ĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Dwa modele komunikacji językowej: model kodowy i model inferencjonistyczny; kodowanie a czytanie w myślach (mindreading) jako zdolność poznawcza. Pragmatyczne aspekty znaczenia wypowiedzi: implikatury, presupozycje, niedookreślenie językowe, potoczne akty mowy. Model inferencjonistyczny: teoria relewancji. Model nieinferencjonistyczny: teoria reprezentacji dyskursu segmentowanego. Pragmatyka kognitywna o figuratywnych zastosowaniach języka: metafory, ironia, humor. Pragmatyka kognitywna o manipulacji w komunikacji językowej: insynuacja, gwizdki (dog-whistles), akty mowy wprowadzane bocznymi drzwiami (back-door speech acts). | | | | |
| Metody kształcenia | wykład konwersatoryjny, analiza przypadków | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest zaliczenie na ocenę pozytywną sprawdzianu pisemnego; ocena ze sprawdzianu jest oceną zaliczenia. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | | | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: prognozowanie rozwoju układów przestrzennych (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_18N | |
|---|--|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna i rozumie zastosowanie wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji. | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP2 | Student potrafi w sposób właściwy wybrać zmienne objaśnialnych określone zjawiska ekonomiczne oraz posiada umiejętności budowy, weryfikowania i wykorzystania modeli w prognozowaniu | K_U02 K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP3 | Student jest gotów do zachowania ostrożności i krytycyzmu w wyrażaniu opinii na podstawie przeprowadzonych badań z wykorzystaniem aparatu statystyczno-ekonometrycznego | K_K02 K_K05 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| różne dane w prognozowaniu. Budowa modelu prognostycznego i jego weryfikacja. Błędy ex ante i ex post w prognozowaniu zjawisk. Prognozowanie a symulacje rozwoju zjawisk. Projekt prognostyczny. Model ekonometryczny i ocena jego jakości. Mierniki oceny jakości prognoz ekonometrycznych. Prognozowanie na podstawie szeregów czasowych. Modelowanie i prognozowanie zjawisk sezonowych. | | | | |
| Metody kształcenia | analiza przypadków, prezentacja multimedialna, rozwiązywanie zadań | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | | | EP1,EP2,EP3 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Laboratorium: zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej oceny wykonania zleczonych zadań. Wykład: zaliczenie z oceną na podstawie wyników kolokwium końcowego. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną wykładów i laboratorium. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_40N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menadżer wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie rodzaje, cele, systematykę i specyfikę wydarzeń lokalnych i regionalnych | K_W06 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie zasady planowania, kierowania i ewaluacji promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych | K_W08 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi zaplanować promocję wydarzenia lokalnego lub regionalnego | K_U04 |
| | 2 | EP4 | Potrafi ocenić plan promocji wydarzenia lokalnego i jego oddziaływanie na interesariuszy, ze szczególnym uwzględnieniem realizacji celów wydarzenia | K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do podjęcia odpowiedzialności i współpracy podczas planowania promocji wydarzenia lokalnego lub regionalnego | K_K04 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Praktyczne aspekty pracy w zespole nad przygotowaniem promocji wydarzenia lokalnego i regionalnego. Analiza i wykorzystanie nowoczesnych narzędzi eventowych (w tym wydarzenia online). Analiza wykorzystania potencjału miast i regionów w promocji wydarzeń (na wybranych przykładach)</p> <p>. Przygotowanie i opracowanie planu promocji wydarzenia lokalnego. Prezentacja i omówienie projektów planów promocji wydarzeń lokalnych. Rodzaje, cele, systematyka, charakterystyka wydarzeń lokalnych i regionalnych. Planowanie wydarzenia, z uwzględnieniem interesariuszy, lokalizacji i budżetu. Planowanie promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych. Kierowanie przebiegiem promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych. Ewaluacja przeprowadzonej promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych, z uwzględnieniem oddziaływania na otoczenie i interesariuszy.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | wykład informacyjny, prezentacja multimedialna, studium przypadku, opracowanie projektu i dyskusja nad projektem | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PREZENTACJA | | | EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wykłady - zaliczenie (kolokwium) pisemne (pytania otwarte i testowe) wiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a także aktywności i postawy na zajęciach | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocenę z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna oceny z pisemnego kolokwium zaliczając wykłady oraz zaliczenia wicze z ocen | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: proseminarium (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_8N | | |
|--|--|--|---|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Ma pogłębić wiedzę na temat kluczowych zagadnień oraz aktualnie dyskutowanych problemów i trendów w obszarze brandingu miast i regionów | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Zna współczesne teorie oraz podejścia metodologiczne dyskutowane w literaturze z zakresu zjawisk i procesów związanych z brandingami miast i regionów | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi na przykładzie zaprezentować wybrany problem badawczy w oparciu o dorobek teoretyczny i empiryczny nauk związanych z brandingami miast i regionów z wykorzystaniem różnorodnych źródeł informacji | K_U07 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Jest gotów do podjęcia wiadomej decyzji i zaplanowania przebiegu kolejnego etapu swojej edukacji | K_K05 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Istota pracy naukowej na studiach magisterskich. Tematyka badawcza w obszarze brandingu miast i regionów realizowana na Uniwersytecie Szczecińskim. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, dyskusja, analiza przypadków | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | | | EP1,EP2,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie na ocenę na podstawie eseju z zakresu wybranego problemu badawczego | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena końcową z przedmiotu jest ocena z konwersatorium. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 25 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 1 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_9N | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie zagadnienia związane z regionalizacją i zrównoważonym rozwojem | K_W01 K_W02 |
| | 2 | EP2 | Rozumie mechanizmy dostosowywania regionalnej struktury społeczno-ekonomicznej do podanej struktury regionalnej | K_W03 K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi analizować regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną | K_U01 K_U04 |
| | 2 | EP4 | Potrafi dobrać odpowiednie narzędzia i instrumenty wpływających na regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną | K_U03 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do podejmowania działań zmieniających regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną | K_K03 K_K04 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Polityka społeczno-ekonomiczna w kontekście regionalizacji. Znaczenie i powody regionalizacji we współczesnym świecie. Podstawowe cele regionalnej polityki gospodarczo-społecznej. Zrównoważony rozwój jako ważny element działań regionalizacyjnych. Koncepcje rozwoju społeczno-gospodarczego regionów. Relacje pomiędzy procesami regionalizacji i globalizacji. Regionalizacja jako podstawa zrównoważonego rozwoju. Narzędzia i instrumenty wpływające na regionalną strukturę społeczno-ekonomiczną. Główne cele regionalizacji społeczno-gospodarczej. Analiza mocnych i słabych stron regionalizacji.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Prezentacja multimedialna, Dyskusja | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3 |
| | PREZENTACJA | | | EP4,EP5 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie prezentacji dotyczącej koncepcji rozwoju społeczno-gospodarczego wybranego polskiego regionu. | | | |
| | Wykład: zaliczenie z ocen na podstawie wyników kolokwium z części teoretycznej. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen z przedmiotu jest średnia arytmetyczna z wykładów i ćwiczeń. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|--|--|--|---|---|
| Nazwa przedmiotu: retoryka wojny i dominacji; wyznaczniki językowe (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_3N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 3 - język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | posiada pogłębioną wiedzę na temat zadań i przedmiotu badań retoryki oraz rozumie jej wymiar etyczny | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna i rozumie językowe mechanizmy dominacji | K_W01 |
| | 3 | EP3 | zna i rozumie agresywne narzędzia i instrumentalne rodzaje retoryki wojennej | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | potrafi zidentyfikować i krytycznie ocenić zabiegi retoryczne wykraczające poza przekonywanie w sensie racjonalnej argumentacji | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi wskazać cechy wypowiedzi, których celem jest wpływ na postawy, reakcje, oceny i działania odbiorcy lub grupy odbiorców | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | jest gotów do słuchania ze zrozumieniem i śledzenia toku rozumowania partnerów dyskusji | K_K04 |
| | 2 | EP7 | jest gotów do rzeczowej argumentacji swojego punktu widzenia | K_K06 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| Retoryka – sztuka i teoria. Narzędzia propagandy i mechanizmy perswazji i przekonywania. Etyczny wymiar retoryki. Rodzaje manipulacji w retoryce dominacji. Wyznaczniki językowe. Mechanizmy manipulacji w mediach masowych. Wzajemne relacje między mediami a polityką: paradygmat udziału we władzy, paradygmat instrumentalizacji, paradygmat niezależności i symbiozy. Zakres zintegrowanego oddziaływania perswazyjnego. Triada: ETHOS-PATHOS-LOGOS. Język, obrazy i działania jako rodzaje manipulacji w retoryce wojennej (?uzbrojonej?). Produkcja mitu w dyskursie dominacji i narracji wojennej. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z elementami dyskusji | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP7 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP4,EP5,EP6,EP7 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Warunkiem zaliczenia jest przygotowanie pracy pisemnej w obszarze zagadnień omawianych w ramach wykładu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu. | | | |

| | |
|--------------------------------------|----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: rozwój zrównoważony miast i regionów (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_6N | |
|--|---|--|---|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. język polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student zna pojęcia, definicje oraz problematykę rozwoju zrównoważonego | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student zna genezę i ewolucję environmentalizmu i sustainability | K_W02 K_W07 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Student potrafi ocenić / zdiagnozować stopień zrównoważenia rozwoju miasta, wykorzystać tę wiedzę w celach marketingowych i wizerunkowych | K_U02 K_U04 K_U07 |
| | 2 | EP4 | Student rozpoznaje zbierne i sprzeczne interesy i cele aktorów życia politycznego w mieście w kontekście zrównoważonego rozwoju. | K_U05 K_U06 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Student jest gotów do zmiany postaw proekologicznych i podejmowania działań ukierunkowanych na rozwój zrównoważony w mieście i regionie | K_K04 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Pojęcie rozwoju zrównoważonego w raportach międzynarodowych. Holizm i podejście systemowe do rozwoju zrównoważonego miast i regionów. Problemy pomiaru stanu i efektów rozwoju zrównoważonego. Megatrendy rozwojowe, zagrożenia dla rozwoju. Nowe technologie w sferze zrównoważonego rozwoju miast i regionów. Rozwój zrównoważonego miasta podstawowe definicje i pojęcia. Pomiar stopnia rozwoju i zrównoważenia w miastach. Nowoczesne technologie i ich znaczenie dla rozwoju zrównoważonego. Ekologizacja gospodarki. Znaczenie planowania przestrzennego w realizacji założeń idei zrównoważonego rozwoju. Studium przypadku wybranego miasta.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Dyskusja, studia przypadków, analiza danych statystycznych, tworzenie i analizowanie wykresów, analiza porównawcza | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP5 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | wyczenia - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej oceny zleconych zadań, w tym prac projektowych, raz aktywności podczas zajęć. | | | |
| | Wykład - zaliczenie z oceną na bazie wyników sprawdzianu pisemnego z zakresu wykładów i literatury. | | | |
| Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | | |
| średnia arytmetyczna z wyczeń i wykładu. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|---|----------------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: seminarium dyplomowe (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_14N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 1, 2 | Semestr: 2, 3, 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski, semestr: 3 - j. język polski, semestr: 4 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna właściwe zasady prowadzenia badań oraz konstrukcji pracy naukowej z zakresu brandingów miast i regionów z uwzględnieniem jego specyfiki multidyscyplinarnej oraz powiązań przedmiotowych i metodologicznych | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Zna specjalistyczne teorie, modele i koncepcje dotyczące wybranego problemu, będącego przedmiotem przygotowywanej pracy dyplomowej, oraz rozumie możliwości i ograniczenia ich wykorzystania w warunkach współczesnych | K_W01 |
| | 3 | EP3 | Zna właściwe źródła informacji bibliograficznych i statystycznych, w tym elektroniczne bazy danych, użyteczne dla przygotowywanej pracy dyplomowej | K_W05 |
| | 4 | EP4 | Zna zaawansowane metody, techniki oraz narzędzia analizy i prezentacji danych dotyczących zjawisk i procesów będących przedmiotem przygotowywanej pracy dyplomowej | K_W05 |
| | 5 | EP5 | Zna i rozumie pojęcia i zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej w kontekście badań naukowych z zakresu brandingów miast i regionów | K_W09 |
| | 6 | EP6 | Zna podstawowe źródła i sposoby pozyskiwania i rozliczania funduszy na realizację projektów badawczych z uwzględnieniem walorów poznawczych i aplikacyjnych przygotowywanej pracy dyplomowej | K_W10 |

| | | | | |
|--|--|------|---|-------|
| umiejętności | 1 | EP7 | Potrafi sformułować i uzasadnić problem badawczy, postawi tezę i hipotezy oraz zaprojektować i zrealizować kolejne etapy postępowania badawczego w nawiązaniu do specyfiki przygotowywanej pracy dyplomowej | K_U01 |
| | 2 | EP8 | Potrafi krytycznie dobrać źródła informacji oraz dokonywać pogłębionej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji danych w nawiązaniu do specyfiki realizowanego tematu pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 3 | EP9 | Potrafi dobrać lub przystosowywać adekwatne metody i narzędzia badawcze do rozwiązywania problemów poznawczych i aplikacyjnych związanych z realizowanym tematem pracy dyplomowej | K_U03 |
| | 4 | EP10 | Potrafi dokonać wielokryterialnej oceny atutów rynkowych jednostki terytorialnej oraz zaprojektować konkretne przedsięwzięcia brandingowe lub marketingowe z uwzględnieniem problematyki przygotowywanej pracy dyplomowej | K_U04 |
| | 5 | EP11 | Potrafi przygotować tekst naukowy w języku polskim wraz ze streszczeniem w języku obcym na temat wybranego problemu badawczego z wykorzystaniem dorobku teoretycznego i metodologicznego właściwych dyscyplin naukowych | K_U07 |
| | 6 | EP12 | Potrafi przygotować i przedstawić prezentację ustną i multimedialną na temat wybranego problemu badawczego z wykorzystaniem dorobku teoretycznego i metodologicznego właściwych dyscyplin naukowych | K_U06 |
| | 7 | EP13 | Potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności w kontekście problemu będącego przedmiotem przygotowywanej pracy dyplomowej, korzystając z różnych źródeł i nowoczesnych technologii informacyjnych | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP14 | Jest gotów do uznawania roli wiedzy specjalistycznej i eksperckiej w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych związanych z tematem przygotowywanej pracy dyplomowej | K_K02 |
| | 2 | EP15 | Jest gotów do przestrzegania przyjętych ustaleń dotyczących etyki badań naukowych oraz poszanowania praw własności intelektualnej | K_K07 |
| | 3 | EP16 | Jest gotów do podejmowania decyzji związanych z optymalnym i zgodnym z zasadami bezpieczeństwa kształtowaniem rozwoju społeczno-ekonomicznego lokalnych i regionalnych w kontekście problematyki pracy dyplomowej | K_K04 |
| | 4 | EP17 | Jest gotów do tworzenia produktów komercyjnych w zakresie brandingu miast i regionów | K_K03 |
| | 5 | EP18 | Jest gotów do dbania o prestiż pracy zawodowej z obszaru brandingu miast i regionów | K_K06 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Metodologia badań naukowych oraz zasady konstrukcji pracy magisterskiej. Techniki pisania pracy magisterskiej. Realizacja badań empirycznych. Rzetelność w badaniach naukowej i zasady poszanowania własności intelektualnej. Formułowanie problemu badawczego, stawianie tezy oraz hipotez. Przygotowanie i prezentacja eseju związanego z tematyką pracy magisterskiej. Opracowanie i dyskusja zagadnień metodologicznych związanych z tematem pracy magisterskiej. Selekcja źródeł informacji teoretycznych i faktograficznych. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz empirycznych. Redakcja końcowego tekstu pracy magisterskiej. Identyfikacja i dobór metod badawczych, specyfikacja technik oraz narzędzi badawczych. Opracowanie i dyskusja podstaw teoretycznych pracy magisterskiej. Planowanie badań empirycznych. Dyskusja nad koncepcją pracy magisterskiej.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Praca koncepcyjna i problemowa, definiowanie pojęć, referowanie opracowanego materiału, twórcze rozwiązywanie problemów, metody aktywizujące (burza mózgów, projekty, dyskusje). | | | |

| | | |
|--|--|---|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP10,EP11,EP17,EP2,EP3,EP4,EP7,EP8,EP9 |
| | PREZENTACJA | EP1,EP12,EP6 |
| | PRACA DYPLOMOWA | EP1,EP10,EP11,EP13,EP14,EP15,EP16,EP17,EP18,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | EP12,EP13,EP14,EP15,EP16,EP17,EP18,EP5,EP6 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie z oceną po każdym semestrze. Podstawą zaliczenia jest wykonanie zadań przewidzianych w danym semestrze: sem. 2 - przygotowanie koncepcji pracy, dobór źródeł informacji oraz metod i narzędzi badawczych; sem. 3 - opracowanie zagadnień metodologicznych i teoretycznych, planowanie badań empirycznych; sem. 4 - realizacja badań empirycznych, przygotowanie i złożenie ostatecznej wersji pracy | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena z przedmiotu stanowi ocenę za seminarium w każdym semestrze. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 275 |
| Liczba punktów ECTS | | 11 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|--|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego (KIERUNKOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3433_44N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | zna i rozumie pojęcie CSR, zależność między CSR a zrównoważonym rozwojem, uwarunkowania CSR, przykładowe modele CSR, koncepcje interesariuszy | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna i rozumie proces wdrażania koncepcji CSR w organizacjach, w tym szczególnie w jednostkach administracji publicznej oraz raportowania działań społecznie odpowiedzialnych | K_W02 K_W04 |
| umiejętności | 1 | EP3 | potrafi dokonywać krytycznej analizy, syntezy, prezentacji informacji z zakresu działań społecznie odpowiedzialnych podejmowanych przez organizacje ze szczególnym uwzględnieniem jednostek administracji publicznej | K_U01 K_U06 |
| | 2 | EP4 | potrafi dobrać i stosować właściwe narzędzia do realizacji działań społecznie odpowiedzialnych w tym w jednostkach administracji publicznej | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | jest gotów do współpracy w grupie planując projekt z zakresu działań społecznie odpowiedzialnych dla organizacji w tym dla jednostek administracji publicznej | K_K01 K_K03 K_K04 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI

Społeczna odpowiedzialność biznesu - zagadnienia wprowadzające. Społeczna odpowiedzialność organizacji a relacje z interesariuszami. Społeczna odpowiedzialność biznesu w jednostkach administracji publicznej uwarunkowania, istota, obszary, narzędzia, przykłady praktyczne. Podsumowanie omówionych na wykładach aspektów społecznej odpowiedzialności w jednostkach samorządu terytorialnego. Społeczna odpowiedzialność biznesu - zagadnienia wprowadzające. Społeczna odpowiedzialność biznesu w jednostkach administracji publicznej (uwarunkowania, istota, obszary, narzędzia). Wybrane praktyki i procedury wdrożeniowe CSR w jednostkach administracji publicznej. Podsumowanie omówionych na wykładach aspektów społecznej odpowiedzialności w jednostkach samorządu terytorialnego.

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody kształcenia | wykład, dyskusja, case study, praca w grupach | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI) | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wykładów odbywa się na podstawie przygotowania do zajęć, zaliczenia zadań wykonywanych podczas zajęć oraz opracowania indywidualnego projektu dotyczącego praktyki społecznej odpowiedzialności podmiotu. Zaliczenie wykładów odbywa się na podstawie kolokwium pisemnego (4 pytania). | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |

Ocena końcowa z przedmiotu jest średnią arytmetyczną z zaliczenia ćwiczeń i wykładów w terminach podstawowym i poprawkowym. Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych ocen cząstkowych tj. pozytywnej oceny z zaliczenia ćwiczeń i pozytywnej oceny z zaliczenia treści wykładów.

| | |
|--------------------------------------|----|
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 75 |
| Liczba punktów ECTS | 3 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_21N | |
|---|---|--|--|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | K_W03 |
| | 2 | EP2 | Zna podstawowe elementy różnic kulturowych i społecznych w kontekście marki terytorialnej | K_W06 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Potrafi zaprezentować wybrane zagadnienia z zakresu społeczno-kulturowych uwarunkowań marki terytorialnej | K_U04 |
| | 2 | EP4 | Potrafi wykrywać i oceniać społeczne (takie jak demograficzne) i kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej | K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do zachowania ostrożności w wyrażaniu opinii na temat społeczno-kulturowych uwarunkowań marki terytorialnej | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| Społeczno-kulturowe aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach i regionach Unii Europejskiej. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych regionach w Polsce. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach w Polsce. Ocena uwarunkowań społeczno-kulturowych marki terytorialnej. Uwarunkowania społeczno-kulturowe - istota i czynniki. Społeczne aspekty marki terytorialnej. Kulturowe aspekty marki terytorialnej. Zmiany społeczno-kulturowe w markach terytorialnych. | | | | |
| Metody kształcenia | Przygotowanie projektu, Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady- zaliczenie z ocen na podstawie kolokwium (pytania otwarte i testowe) wiczenia- zaliczenie z ocen na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a także aktywności i postawy na zajęciach | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wiczeń. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| Nazwa przedmiotu: strategie innowacyjne miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3362_37N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : menad er wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowi zkowy | | J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie istot strategii innowacyjnych miast i regionów | K_W01 K_W09 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie rodzaje strategii innowacyjnych miast i regionów | K_W04 |
| umiej tno ci | 1 | EP3 | na podstawie okre lonych parametrów potrafi przeprowadzi analiz miasta lub regionu oraz jego otoczenia oraz oceni stan innowacyjno ci i wskaza potencjalne ró dła innowacji wraz z propozycj przyj cia jednej ze strategii innowacji | K_U01 K_U02 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Jest gotów do my lenia w sposób innowacyjny i kreatywny oraz dostrzega potrzeb wł czenia w strategi innowacyjn aspektów społecznych i interesu społecznego | K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Istota innowacyjno ci. Rodzaje strategii innowacyjnych miast i regionów. Formułowanie strategii innowacyjnej miast i regionów. Regionalne strategie innowacyjne. Specyfika działalno ci innowacyjnej w miastach i regionach. Rodzaje strategii innowacyjnych w miastach i regionach. Innowacyjne miasta i regiony i ich strategie działania - analiza przypadków. Regionalne strategie innowacji - podstawowe zało enia i analiza. | | | | |
| Metody kształcenia | wykład z elementami konwersatoryjnymi, wiczenia z wykorzystaniem case study prezentacja multimedialna opracowanie projektu praca w grupach | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie wicze : wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja oraz na podstawie ocen cz stkowych otrzymywanych w trakcie semestru za okre lone działania i prace studenta Wykłady: egzamin pisemny z tre ci omawianych na wykładach i wskazanej literatury. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena ko cowa przedmiotu jest redni arytmetyczn zaliczenia wicze i egzaminu | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | 125 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 5 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
|---|---|--|--|--|
| Nazwa przedmiotu: strategie językowe w biznesie (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3442_11N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność : |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: fakultatywny | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | ma wiedzę na temat specyfiki komunikacji biznesowej, zarówno wewnątrz organizacji, jak i w kontaktach z różnymi grupami odbiorców zewnętrznymi | K_W03 |
| | 2 | EP2 | zna strategię językową pozwalającą na skuteczną komunikację profesjonalną w mowie i piśmie oraz wybrane techniki perswazyjne | K_W02 |
| | 3 | EP3 | rozumie specyfikę komunikacji profesjonalnej na pograniczu kultur oraz przyczyny powstawania barier komunikacyjnych | K_W01 |
| umiejętności | 1 | EP4 | potrafi dobrać odpowiednie środki językowe służące realizacji określonych celów komunikacyjnych w kontaktach zawodowych, stosować efektywne strategię językową w komunikacji profesjonalnej w mowie i piśmie, umiejętnie wykorzystuje techniki perswazyjne | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi właściwie interpretować wypowiedzi i teksty właściwej komunikacji biznesowej, dostrzega stosowane środki językowe, ocenia ich efektywność i znaczenie dla kontaktów w sferze zawodowej | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP6 | jest przygotowany do właściwego pełnienia ról zawodowych, dostrzega znaczenie etyki w komunikacji profesjonalnej, jest gotów do przestrzegania jej zasad w kontaktach z różnymi grupami odbiorców | K_K03 |
| | 2 | EP7 | Jest gotów dostrzegać znaczenie różnic kulturowych, wobec których przyjmuje postawę otwartą, z zachowaniem zasad tolerancji i wzajemnego szacunku | K_K07 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Specyfika komunikacji w biznesie ? wprowadzenie. Rodzaje strategii językowych wykorzystywanych w kontaktach zawodowych. . Skuteczna komunikacja biznesowa w mowie i piśmie. Komunikacja w zespole. Językowa etykieta biznesowa. . Wywieranie wpływu w procesie komunikacji zawodowej. Systemowe środki perswazji. Wybrane zasady prowadzenia negocjacji biznesowych. . Bariery komunikacyjne. Bariery w procesie komunikacji w sferze zawodowej. Specyfika komunikacji w biznesie międzynarodowym. Znaczenie różnic kulturowych.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, studium przypadku, metoda projektu | | | |

| | | |
|---|--|------------------------------------|
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | | |
| | PROJEKT | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | |
| Forma i warunki zaliczenia | Student przygotowuje projekt z wykorzystaniem wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas wykładów. | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| | Ocena końcowa jest oceną z wykładu. | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | 50 | |
| Liczba punktów ECTS | 2 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach (KIERUNKOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_23N | |
|--|--|--|---|--|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Student ma wiedzę na temat podstawowych rodzajów modeli decyzyjnych oraz procesów analitycznych realizowanych przez narzędzia BI | K_W01 |
| | 2 | EP2 | Student zna i rozumie istotę wielowymiarowej analizy danych Business Intelligence (BI), zna podstawy teorii baz danych i Big Data oraz podaje przykłady zastosowania narzędzi klasy BI w procesie podejmowania decyzji menedżerskich. | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Student potrafi klasyfikować obszary podejmowania decyzji menedżerskich wspomaganie przez narzędzia klasy BI | K_U01 |
| | 2 | EP4 | Student potrafi obsługiwać podstawowe funkcjonalności narzędzi klasy BI. | K_U03 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy dotyczącej narzędzi BI oraz stałego jej rozwijania | K_K01 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Istota, rola i obszary wykorzystania narzędzi informatycznych w procesach podejmowania decyzji menedżerskich. Narzędzia klasy Business Intelligence. Źródła danych w procesach decyzyjnych. Podstawy teorii baz danych (modele baz danych oraz konstrukcja bazy danych: pola rekordy, relacje). Big Data jako przykład baz danych oraz analiza OLAP jako podstawowa metoda analityczna Business Intelligence w procesie podejmowania decyzji. Przygotowanie modelu decyzyjnego. Dane, zmienne, warunki, relacje. Rozwijanie i modelowanie problemów decyzyjnych za pomocą narzędzi informatycznych Power Pivot oraz Power BI. Tworzenie i definiowanie wskaźników KPI, widoków oraz perspektyw analitycznych. Tworzenie raportów analitycznych za pomocą narzędzi Power View oraz Power BI.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Zajęcia w laboratorium komputerowym, Nauczanie komplementarne (blended learning) w oparciu o platformy elearningowe, Praca własna studenta | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP4,EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Laboratorium - zaliczenie z oceną na podstawie bieżącej pracy studenta podczas zajęć oraz wyników kolokwium | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Ocena z przedmiotu jest oceną z laboratorium. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 100 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 4 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_5N | | |
|---|--|--|--|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna i rozumie prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej podczas kształcenia w uczelni wyższej | |
| umiejętności | 1 | EP2 | Potrafi identyfikować błędy i zaniedbania w praktyce. | |
| | 2 | EP3 | Potrafi prowadzić podstawowe zabiegi resuscytacyjne, rozpoznawa zagrożenia i podejmować właściwe działania. | |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Realizuje zadania w sposób zapewniający bezpieczeństwo własne i otoczenia, w tym przestrzega zasady bezpieczeństwa. | |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| <p>Regulacje prawne: uregulowanie prawne dotyczące bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia w prawodawstwie polskim i Unii Europejskiej, obowiązki uczelni, przełożonych w zakresie zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków nauki i praktyk, czynniki ergonomiczne w kształtowaniu warunków podczas kształcenia w uczelni, w tym normy higieniczne dla stałych pomieszczeń pracy. Czynniki niebezpieczne fizyczne, biologiczne i chemiczne na zajęciach laboratoryjnych, pracowniach i zajęciach terenowych. Zagrożenia wypadkowe na zajęciach i w czasie praktyk zawodowych, obozach sportowych, zajęciach terenowych.</p> <p>Unikanie zagrożenia ze szczególnym uwzględnieniem środków ochrony zbiorowej i indywidualnej postępowanie powypadkowe (regulacje prawne, ubezpieczenia wypadkowe).</p> <p>Udzielanie pierwszej pomocy w stanach nagłych, rozpoznawanie stanu nagłego zagrożenia zdrowotnego, resuscytacja kręgowo-oddechowa wraz z obsługą defibrylatora AED, obsługa apteczki pierwszej pomocy.</p> <p>Podstawy prawne w zakresie ochrony p.po., systemy wykrywania pożarów, substancje palne i wybuchowe, zapobieganie zagrożeniom pożarowym w czasie pożaru i innych miejscowych zagrożeniach, podręczny sprzęt gaśniczy, ewakuacja.</p> | | | | |
| Metody kształcenia | Kurs e-learningowy | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3,EP4 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie kursu e-learningowego z zakresu BHP - uzyskanie min 60% poprawnych odpowiedzi z testu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Zaliczenie kursu e-learningowego z zakresu BHP - uzyskanie min 60% poprawnych odpowiedzi z testu. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 5 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 0 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: szkolenie biblioteczne (INNE DO ZALICZENIA) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3484_1N | | |
|--|--|--|--|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna prawne i organizacyjne uwarunkowania korzystania z systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni w ramach studiowanego kierunku studiów | |
| umiejętności | 1 | EP2 | potrafi korzystać z zasobów systemu biblioteczno-informacyjnego uczelni zgodnie z obowiązującymi zasadami | |
| kompetencje społeczne | 1 | EP3 | jest gotów do realizowania potrzeby dostępu do zasobów systemu biblioteczno-informacyjnego Uczelni w sposób nie utrudniający dostępu innym użytkownikom Biblioteki | |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Przedstawienie elementów tworzących system biblioteczno-informacyjny Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Metody kształcenia | wykład z prezentacją multimedialną | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | SPRAWDZIAN | | | EP1,EP2,EP3 |
| | Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | zapoznanie się z prezentacją on-line, pozytywne zaliczenie testu | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | zaliczenie bez oceny | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 2 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 0 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: szkolenie e-learningowe (INNE DO ZALICZENIA) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ2362_2N | | |
|--|--|--|---|-------------------------------------|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : | |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski | |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | zna podstawowe metody korzystania z narzędzi chmurowych Microsoft 365 do komunikacji wewnątrz uczelni. | |
| | 2 | EP2 | ma wiedzę na temat zasad zaliczania przedmiotów prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. | |
| | 3 | EP3 | zna zasady poruszania się po platformie e-learningowej. | |
| umiejętności | 1 | EP4 | potrafi zalogować się do platformy nauczania zdalnego. | |
| | 2 | EP5 | potrafi w formie elektronicznej skontaktować się z wykładowcami i pracownikami uczelni. | |
| | 3 | EP6 | potrafi odnaleźć właściwy przedmiot wykładany online i przystąpić prawidłowo do egzaminu/zaliczenia online. | |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | posiada kompetencje współpracy i komunikacji z innymi studentami i wykładowcami w trybie pracy zdalnej. | |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘĆ I KONSULTACJI | | | | |
| Obsługa platformy e-learningowej. Komunikacja elektroniczna na uczelni. | | | | |
| Metody kształcenia | e-learning z wykorzystaniem platformy Moodle. | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu | |
| | SPRAWDZIAN | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7 | |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Zaliczenie bez oceny na podstawie wyników sprawdzianu w formie testu. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| | Uzyskanie co najmniej 60% poprawnych odpowiedzi. | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 2 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 0 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|---|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: terytorialne systemy społeczne (PODSTAWOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_2N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | zna założenia i podstawy ogólnej teorii systemów oraz terminologii systemów | K_W01 |
| | 2 | EP2 | zna i rozumie struktur i zasady funkcjonowania terytorialnych systemów społecznych | K_W02 |
| | 3 | EP3 | zna i rozumie wybrane uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju terytorialnych systemów społecznych | K_W09 |
| umiejętności | 1 | EP4 | potrafi scharakteryzować i zinterpretować struktur i funkcjonowanie wybranego terytorialnego systemu społecznego | K_U01 |
| | 2 | EP5 | potrafi przygotować i przedstawić ustną prezentację na wybrany temat z zakresu problemowego przedmiotu | K_U06 |
| | 3 | EP6 | potrafi planować i doskonalić swoje kompetencje w zakresie myślenia systemowego w ramach własnego uczenia się przez całe życie | K_U10 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy i myślenia systemowego w rozwiązywaniu problemów poznawczych i aplikacyjnych | K_K02 |
| | 2 | EP8 | jest gotów do planowania własnej kariery zawodowej z uwzględnieniem systemowych przeobrażeń rzeczywistości | K_K05 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI

Pojęcie systemu i systemowe ujęcie miasta. Metody graficzne w analizie i syntezie systemowej. Elementarne terytorialne systemy społeczne: systemy ludnościowe, systemy społeczno-techniczne, społeczne systemy aktywności, systemy osadnicze. Zintegrowane terytorialne systemy społeczne: systemy krajowe, systemy regionalne, systemy lokalne. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu elementarnego. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu zintegrowanego.

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody kształcenia | wykłady informacyjne i problemowe z wykorzystaniem środków wizualizacji ekranowej, dyskusja moderowana, studia przypadków, prace analityczne, przygotowanie i przedstawienie prezentacji ustnej | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3,EP7 |
| | PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA | EP1,EP4,EP6 |
| | PREZENTACJA | EP2,EP3,EP4,EP5,EP8 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP5,EP6,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |

| | |
|--|---|
| Forma i warunki zaliczenia | wykłady - egzamin pisemny z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z wicze ; wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie ocen cz stkowych za wykonywane prace analityczne, przygotowane prezentacje oraz aktywno podczas zaj |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu |
| | ocen z przedmiotu stanowi rednia ocen z cz ci wykładowej i wiczeniowej |
| Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|--|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: to samo miast i regionów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_32N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalność: menadżer brandingu miast i regionów |
| Rok: 1 | Semestr: 2 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Zna metody i metodologie opracowania z zakresu to samo ci miast i regionów | K_W05 K_W07 |
| | 2 | EP2 | Zna zasady organizacji, planowania i wsparcia działań związanych z to samo ci miast i regionów | K_W08 K_W09 |
| | 3 | EP3 | Zna i rozumie rolę wszystkich interesariuszy związanych z budowaniem to samo ci miast i regionów | K_W03 K_W04 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi przygotować i przedstawić opracowanie dotyczące ce to samo ci miast i regionów | K_U06 K_U07 |
| | 2 | EP5 | Potrafi zastosować właściwe metody i narzędzia do budowania to samo ci miast i regionów | K_U03 K_U04 |
| | 3 | EP6 | Potrafi dokonywać oceny już istniejących rozwiązań z zakresu to samo ci miast i regionów oraz planować nowe | K_U02 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest gotów do weryfikacji posiadanej wiedzy, a w sytuacjach trudnych korzystania z opinii ekspertów | K_K01 K_K02 |
| | 2 | EP8 | Jest gotów do działania i myślenia kreatywnego oraz inspirowania otoczenia lokalnego do działania w zakresie to samo ci miast i regionów | K_K03 K_K04 |

TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJI

Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wybrane badania marketingowe. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - projekt koncepcji strategii. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - system identyfikacji wizualnej. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wdrożenie strategii marki. To samo miast i regionów: identyfikacja wartości miejsca (dziedzictwo, wyróżniki, lokalne wartości, zasady, symbole). Budowanie to samo ci miast i regionów: Aktywność społeczno-ci lokalnej (integracja, siła grupy, gwarancja, rekomendacja, stosunek do "obcych", aktywizacja przedsiębiorczości w tym przedsiębiorczość postawa, lokalne miejsca pracy). Budowanie marki lokalnej: Magnetyzm marki, klimat miejsca, produktów pod nią sprzedawanych, co sprawia, że są powody do skorzystania z oferty pod marką lokalną (spotkanie klienta z produktem, miejscem). Budowanie marki lokalnej: Użytkowanie i wzmacnianie marki (proces organizacji działań).

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody kształcenia | Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. Wiczenia - przygotowanie projektu. | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | EGZAMIN PISEMNY | EP1,EP2,EP3 |
| | PROJEKT | EP4,EP5,EP6,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady - egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wiczeń ; wiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach oraz oceny przedstawionego projektu | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |
| Ocenę z przedmiotu stanowi średnia ważona ocen z części wykładowej - 65% oraz części wiczeniowej (projektowej) - 35% | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 125 |
| Liczba punktów ECTS | 5 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| Moduł: Wykłady z dziedziny nauk humanistycznych [moduł] | | | | |
| Nazwa przedmiotu: w krzywym zwierciadle mierci - mier przez pryzmat kultur (OGÓLNOUCZELNIANE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3440_5N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | student zna podstawow terminologi stosowan w badaniach z zakresu antropologii mierci | K_W02 |
| | 2 | EP2 | student rozumie kulturowe aspekty bada nad mierci | K_W01 |
| | 3 | EP3 | student wie jakie metody bada stosowane s na cmentarzyskach. Ma wiadomo wagi zachowa etycznych w pracy ze szcz tkami ludzkimi | K_W01 |
| umiej tno ci | 1 | EP4 | student potrafi opisywa i obja nia kulturowe aspekty bada nad mierci | K_U01 |
| | 2 | EP5 | student potrafi opisywa i obja nia podstawowa terminologi zwi zan z archeologicznymi badaniami nad mierci | K_U01 |
| | 3 | EP6 | student widzi znaczenie bada nad mierci w kształtowaniu to samo ci kulturowej | K_U01 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Teoria bada nad mierci . Dlaczego chowamy zmarłych? Koncepcja eschatologiczna, trup i jego znaczenie. . Pochówek i cmentarzysko jako ródło do bada nad mierci . Wampiryzm, rabunki grobów, koncepcja dobrej i złej mierci: o atypowych pochówkach na cmentarzyskach. Ofiary i dary ? czyli daj tobie aby i ty mi dał. Czy mo na odczyta struktur społeczn w oparciu o dane z pochówku?. Etyka w badaniach nad mierci i mier zapl tana w polityk . Zaliczenie wykładów. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład z prezentacja multimedialn , dyskusja | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusa |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | By uzyska zaliczenie nale y otrzyma co najmniej ocen dostateczn z kolokwium pisemnego. Kolokwium składa si z trzech pyta , za ka de pytanie student otrzymuje ocen . Ocena za kolokwium wyliczana jest w oparciu o redni arytmetyczn z ocen otrzymanych za poszczególne pytania. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu jest ocen z wykładu. | | | | |
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | | | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | | | 3 | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] | | | | |
|--|--|--|--|---|
| Nazwa przedmiotu: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego (PODSTAWOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_3N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalno : |
| Rok: 2 | Semestr: 3 | Status przedmiotu: fakultatywny | | J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP1 | Zna podstawowe poj cia i uwarunkowania z dziedziny współczesnego marketingu i rozumie proces współczesnego marketingu w organizacji | K_W01 K_W03 |
| | 2 | EP2 | Zna nowoczesne instrumenty marketingowego oddziaływania oraz zasady ich stosowania | K_W06 K_W08 |
| umiej tno ci | 1 | EP3 | Potrafi dobra i zaprojektowa współczesne instrumenty marketingowe dla wskazanego przykładowego przedsi biorstwa | K_U02 K_U04 |
| | 2 | EP4 | Identyfikuje otoczenie i segmenty na wybranym rynku i dostosowuje do nich rozwi zania marketingowe oraz konstruuje koncepcj działa marketingowych dla konkretnej organizacji | K_U03 K_U05 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP5 | Jest gotów do podj cia proaktywnych działa i jest gotów samodzielnie uzupełnia wiedz i umiej tno ci praktyczne | K_K01 K_K03 |
| TRE CI PROGRAMOWE ZAJ I KONSULTACJI | | | | |
| Współczesne instrumenty marketingu mix. Rozpoznanie, ocena stosowania na wybranych przykładach. Identyfikowania współczesnego marketingowego otoczenia przedsi biorstwa na wybranych przykładach. Przemiany w procesie segmentacji. Współczesne zachowania nabywców - przykłady. Nowe tendencje w marketingu - przykłady. Geneza i kierunki przemian we współczesnym marketingu. Orientacje marketingowe. Nowoczesne uj cie marketingu. Marketing internetowy i jego znaczenie we współczesnym wiecie. Uwarunkowania rozwoju marketingu we współczesnych firmach. Współczesne otoczenie marketingowe, czynniki otoczenia, trendy w otoczeniu. Współczesne zachowania nabywców. Instrumenty marketingu mix. | | | | |
| Metody kształcenia | prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj ,, praca w grupach, analiza przypadków | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia si | | | | Nr efektu uczenia si z sylabusu |
| | KOLOKWIUM | | | EP1,EP2 |
| | PROJEKT | | | EP3,EP4 |
| | ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ) | | | EP5 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia si mog zosta zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach okre lonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczeci skiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady: kolokwium z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury wiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a tak e aktywno ci i postawy na zaj ciach | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze . | | | | |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Ł CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| Nazwa przedmiotu: zarządzanie w kryzysie wizerunkowym (SPECJALNOŚCI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE) | | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3362_41N | |
|---|--|--|--|---|
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | | Specjalność: menedżer wizerunku i promocji miast i regionów |
| Rok: 2 | Semestr: 4 | Status przedmiotu: obowiązkowy | | Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski |
| EFEKTY UCZENIA SI | | | | |
| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
| wiedza | 1 | EP2 | Potrąfi wykorzystać wiedzę o zarządzaniu i komunikowaniu w kształtowaniu wizerunku miast i regionów w sytuacji kryzysowej. | K_W03 K_W06 |
| umiejętności | 1 | EP3 | Rozumie i posługuje się fachową terminologią z zakresu zarządzania kryzysowego, roli wizerunku w PR, rozumie i potrafi prowadzić analizę procesu kreacji wizerunku w warunkach kryzysowych | K_U02 K_U05 K_U06 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP4 | Dbą o samodzielne, systematyczne poszerzanie wiedzy w zakresie systemu zarządzania kryzysowego | K_K01 K_K02 |
| TREŚCI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE | | | | |
| Zarządzanie kryzysowe - analiza pojęć, źródła, symptomy i skutki kryzysu. Przygotowanie na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowych. Postępowanie w sytuacjach kryzysowych. Zarządzanie skutkami zdarzeń. Analiza wybranych kryzysów wizerunkowych. Analiza sposobu przedstawienia wybranych sytuacji kryzysowych w mediach. Analiza przykładowego kryzysu wizerunkowego miast i regionów w social media. Strategie rozwiązywania konfliktu wokół których można budować komunikację z otoczeniem. Zarządzanie wizerunkiem po kryzysie. | | | | |
| Metody kształcenia | Wykład, prezentacja multimedialna, dyskusja, gry symulacyjne | | | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | | | EP3 |
| | SPRAWDZIAN | | | EP3 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | | | EP2,EP3,EP4 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Forma zaliczenia przedmiotu - zaliczenie z ocen Zaliczenie wykładu - sprawdzian (test), obejmujący zakres materiału zrealizowany na wykładach, Zaliczenie ćwiczeń na podstawie wykonanych zadań. | | | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | | | |
| Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z ćwiczeń i wykładów. | | | | |
| Łączny nakład pracy studenta w godz. | | 75 | | |
| Liczba punktów ECTS | | 3 | | |

SYLABUS

Załącznik nr 7a

| | | | |
|--|----------------------|--|--|
| Nazwa przedmiotu: różła informacji w gospodarce przestrzennej (PODSTAWOWE) | | Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_8N | |
| Nazwa kierunku: branding miast i regionów | | | |
| Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne | | Profil kształcenia: ogólnoakademicki | Specjalno : |
| Rok: 1 | Semestr: 1 | Status przedmiotu: obowiązkowy | Język przedmiotu: semestr: 1 - j. polski |

EFEKTY UCZENIA SI

| Kategoria | Lp | KOD | Opis efektu | Odniesienie do efektów dla programu |
|-----------------------|----|-----|--|-------------------------------------|
| wiedza | 1 | EP1 | Student posiada wiedzę w zakresie systemowej analizy różel informacji w gospodarce przestrzennej | K_W09 |
| | 2 | EP2 | Zna i rozumie podstawowe problemy podejmowania decyzji w gospodarce przestrzennej warunkach niepełnej informacji. | K_W02 |
| | 3 | EP3 | Rozumie rolę informacji do podejmowania decyzji. | K_W05 |
| umiejętności | 1 | EP4 | Potrafi korzystać ze różel, dobiera dane, tworzy informacje i kształtowa wiedzę niezbędną dla podejmowania decyzji w gospodarce przestrzennej | K_U03 |
| | 2 | EP5 | Potrafi adekwatnie oceniać problematykę związaną z wartościami różel i informacji. | K_U02 |
| | 3 | EP6 | Student potrafi właściwie interpretować procesy decyzyjne oraz ich skutki. | K_U01 |
| kompetencje społeczne | 1 | EP7 | Jest przygotowany do właściwego wykorzystania różel i informacji w imię osiągnięcia wspólnych celów | K_K04 |
| | 2 | EP8 | Jest przygotowany do samodzielnego oraz zespołowego projektowania i prowadzenia badań naukowych z wykorzystaniem różel narodnych różel informacji (w wybranym zakresie). | K_K05 |

TRECI PROGRAMOWE ZAJĘCIA I KONSULTACJE

różła informacji w procesie decyzyjnym. Procesy decyzyjne w mikro i makroskali. Indywidualne i zbiorowe podejmowanie decyzji. Etyczne aspekty wykorzystania różel informacji. Wartość różel informacji. Istota, rola i różła informacji. Decyzje i ich podejmowanie w warunkach niepewności. Polityka informacyjna i ich rola w kształtowaniu rozwoju miast, regionów. Dezinformacja. Informacja w otoczeniu biznesowym.

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Metody kształcenia | rozwoju, wykład problemowy, prezentacja multimedialna, wykład informacyjny | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | Nr efektu uczenia się z sylabusu |
| | KOŁOKWIUM | EP2,EP5,EP6 |
| | SPRAWDZIAN | EP1,EP2,EP3 |
| | PREZENTACJA | EP4,EP6,EP7,EP8 |
| | ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ) | EP4,EP5,EP7,EP8 |
| Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się mogą zostać zmienione dla studentów ze szczególnymi potrzebami na warunkach i zasadach określonych w Regulaminie Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego. | | |
| Forma i warunki zaliczenia | Wykłady: zaliczenie z oceną w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń. Ćwiczenia: zaliczenie z oceną na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zadań oraz kolokwium z treści prezentowanych na ćwiczeniach | |
| | Zasady wyliczania oceny z przedmiotu | |

Ocen z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze

| | |
|--|------------|
| Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz. | 100 |
| Liczba punktów ECTS | 4 |