

PROGRAM DLA STUDIÓW II STOPNIA

branding miast i regionów

nazwa kierunku studiów

profil: ogólnoakademicki

obowi zuje od roku akademickiego:

2021/2022

Ustalony uchwał nr 37/2021 Senatu Uniwersytetu Szczecińskiego z dnia 29 kwietnia 2021 r.

KLASYFIKACJA ISCED	0413	
I – INFORMACJE OGÓLNE		
1	Jednostka realizująca studia	Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania
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	Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny lub dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się ze wskazaniem dyscypliny prowadzącej, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia się (w przypadku wskazania więcej niż jednej)	Dyscyplina/y: nauki o zarządzaniu i jakości, geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna, Dyscyplina prowadząca: geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna
7	Dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny określenie dla każdej z tych dyscyplin procentowego udziału liczby punktów ECTS w łącznej liczbie punktów ECTS dla programu studiów	geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna (58%), nauki o zarządzaniu i jakości (42%)
8	Liczba semestrów	studia niestacjonarne - 4 studia stacjonarne - 4
9	Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	120
10	Wymogi związane z ukończeniem studiów (praca dyplomowa/ egzamin dyplomowy)	Warunkiem ukończenia studiów jest osiągnięcie przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się (zdobycie 120 punktów ECTS), w tym przygotowanie pracy dyplomowej oraz pomyślne złożenie 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 wiedza, 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 <i>Absolwent studiów 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 multidyscyplinarnej 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 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 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 brandingu 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 brandingu miast i regionów, w tym zasady pozyskiwania funduszy i realizacji projektów badawczych i rozwojowych w tym zakresie	P7S_WK
UMIEJ TNO CI		
K_U01	potrafi wykrywać, analizować i interpretować wybrane zjawiska i procesy związane z brandingami 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 brandingu 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 brandingu miast i regionów pod kątem ich dostosowania do wielorakich uwarunkowań i występowania różnego rodzaju kolizji i konfliktów	P7S_UW
K_U06	potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne z zakresu brandingu jednostek terytorialnych ze zrelatowanymi kręgami odbiorców oraz prowadzi debaty 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 brandingu 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 brandingu miast i regionów	P7S_UK
K_U09	potrafi kierować pracą zespołu i efektywnie współdziałać w jego ramach w celu rozwiązywania konkretnych problemów z zakresu brandingu 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 brandingu 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 rozwiązywaniu problemów poznawczych, metodologicznych i praktycznych z zakresu brandingu miast i regionów oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem 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 brandingu 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 brandingu miast i regionów	P7S_KO

K_K05	jest gotów do planowania własnej pracy i kariery zawodowej, odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w zakresie brandingu miast i regionów z uwzgl. dniem zmieniających się potrzeb społecznych	P7S_KR
K_K06	jest gotów do rozwijania dorobku zawodowego menadżera z zakresu brandingu 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 brandingu 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 brandingów miast i regionów, menadżer wizerunku i promocji miast i regionów	menadżer brandingów miast i regionów, menadżer wizerunku i promocji miast i regionów
3	Łączna liczba godzin zajęć	specjalności menadżer brandingów miast i regionów - 900 specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów - 900	specjalności menadżer brandingów miast i regionów - 576 specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów - 576
4	Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć	Załącznik nr 1	Załącznik nr 1a
5	Plan studiów (dokument wyłączenie roboczy niezbędny do wypełniania załączników przez system)		
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)	0	
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 brandingów miast i regionów: 43 (36%) specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów: 43 (36%)	specjalności menadżer brandingów miast i regionów: 43 (36%) specjalności menadżer wizerunku i promocji miast i regionów: 43 (36%)
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 6 101	Załącznik nr 6a 101
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% Wydruki:
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)		
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)		
23	Sylabusy	Załącznik nr 7	Załącznik nr 7a

Liczba punktów ECTS przypisanych do zaj - studia stacjonarne

Lp.	Wykaz przedmiotów	ECTS
Semestr 1 Rok 1		
1	Challenges of modern territorial marketing	4
2	ekonomia menad erska	4
3	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast	4
4	metodologia nauk społecznych	2
5	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej	4
6	potencjał rozwojowy miast i regionów	4
7	proseminarium	1
8	rozwój zrównowa ony miast i regionów	3
9	szkolenie BHP	0
10	terytorialne systemy społeczne	4
11	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego	4
Semestr 2 Rok 1		
1	decyzje menad erskie w miastach i regionach	4
2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding	4
3	j zyk angielski	1
4	j zyk francuski	1
5	j zyk hiszpa ski	1
6	j zyk niemiecki	1
7	j zyk rosyjski	1
8	kreowanie wizerunku miast i regionów	4
9	marketing strategiczny miast i regionów	4

Lp.	Wykaz przedmiotów	ECTS
10	metody i techniki regionalnych badań społecznych	4
11	negocjacje i sztuka argumentacji	3
12	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski	3
13	seminarium dyplomowe	2
14	strategie innowacyjne miast i regionów	5
15	to samo miast i regionów	5
Semestr 3 Rok 2		
1	analiza danych przestrzennych	5
2	design i architektura marki miast i regionów	4
3	j. zyk angielski	1
4	j. zyk francuski	1
5	j. zyk hiszpański	1
6	j. zyk niemiecki	1
7	j. zyk rosyjski	1
8	marka etniczna i narodowa	4
9	planowanie przestrzenne	5
10	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej	5
11	pracownia dyplomowa	2
12	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych	5
13	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych	4
14	seminarium dyplomowe	2
15	różne źródła informacji w gospodarce przestrzennej	4
Semestr 4 Rok 2		
1	fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi	5

Lp.	Wykaz przedmiotów	ECTS
2	marka instytucji u yteczno ci publicznej	3
3	pracownia dyplomowa	2
4	seminarium dyplomowe	8
5	społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego	3
6	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej	3
7	systemy informatyczne wspomaganie decyzji mened erskich w miastach i regionach	4
8	zarz dzenie w kryzysie wizerunkowym	3

Liczba punktów ECTS przypisanych do zaj - studia niestacjonarne

Lp.	Wykaz przedmiotów	ECTS
Semestr 1 Rok 1		
1	Challenges of modern territorial marketing	4
2	ekonomia menad erska	4
3	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast	4
4	metodologia nauk społecznych	2
5	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej	4
6	potencjał rozwojowy miast i regionów	4
7	proseminarium	1
8	rozwój zrównowa ony miast i regionów	3
9	szkolenie BHP	0
10	terytorialne systemy społeczne	4
11	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego	4
Semestr 2 Rok 1		
1	decyzje menad erskie w miastach i regionach	4
2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding	4
3	j zyk angielski	1
4	j zyk francuski	1
5	j zyk hiszpa ski	1
6	j zyk niemiecki	1
7	j zyk rosyjski	1
8	kreowanie wizerunku miast i regionów	4
9	marketing strategiczny miast i regionów	4

Lp.	Wykaz przedmiotów	ECTS
10	metody i techniki regionalnych badań społecznych	4
11	negocjacje i sztuka argumentacji	3
12	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski	3
13	seminarium dyplomowe	2
14	strategie innowacyjne miast i regionów	5
15	to samo miast i regionów	5
Semestr 3 Rok 2		
1	analiza danych przestrzennych	5
2	design i architektura marki miast i regionów	4
3	j. język angielski	1
4	j. język francuski	1
5	j. język hiszpański	1
6	j. język niemiecki	1
7	j. język rosyjski	1
8	marka etniczna i narodowa	4
9	planowanie przestrzenne	5
10	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej	5
11	pracownia dyplomowa	2
12	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych	5
13	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych	4
14	seminarium dyplomowe	2
15	ródła informacji w gospodarce przestrzennej	4
Semestr 4 Rok 2		
1	fundraising i zarządzanie projektami miejskimi i regionalnymi	5

Lp.	Wykaz przedmiotów	ECTS
2	marka instytucji u yteczno ci publicznej	3
3	pracownia dyplomowa	2
4	seminarium dyplomowe	8
5	społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego	3
6	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej	3
7	systemy informatyczne wspomaganie decyzji mened erskich w miastach i regionach	4
8	zarz dzenie w kryzysie wizerunkowym	3

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	0	1	1	5
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	0	1	0	1	1	1	0	1	5
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	0	0	1	1	0	1	0	1	4
K_K07	0	0	0	1	1	0	1	0	1	4
Razem	14	3	20	14	18	17	26	17	25	154

Program studiów: USEFZ-BMiR-O-II-21/22Z

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	Metody weryfikacji efektów									
	EGZAMIN PISEMNY	EGZAMIN USTNY	KOLOKWIVM	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	0	1	1	5
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	0	1	0	1	1	1	0	1	5
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	0	0	1	1	0	1	0	1	4
K_K07	0	0	0	1	1	0	1	0	1	4
Razem	14	3	20	14	18	17	26	17	25	154

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, 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	30	0	6	36	1,44
język hiszpański	2	30	0	6	36	1,44
język angielski	2	30	0	6	36	1,44
język francuski	2	30	0	6	36	1,44
język rosyjski	2	30	0	6	36	1,44
język niemiecki	2	30	0	6	36	1,44
Ogółem: OGÓLNOUCZELNIANE	2	30	0	6	36	1,44
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
wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego	4	30	0	27	57	2,28
Challenges of modern territorial marketing	4	30	0	16	46	1,84
Ogółem: PODSTAWOWE	18	135	0	101	236	9,44
KIERUNKOWE						
decyzje menadżerskie w miastach i regionach	4	30	0	22	52	2,08
fundraising i zarządzanie 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	4	30	0	20	50	2
marketing strategiczny miast i regionów	4	30	0	20	50	2
metody i techniki regionalnych badań społecznych	4	30	0	19	49	1,96
negocjacje i sztuka argumentacji	3	30	0	19	49	1,96
planowanie przestrzenne	5	30	0	20	50	2
potencjał rozwojowy miast i regionów	4	30	0	20	50	2
pracownia dyplomowa	4	30	0	22	52	2,08
prognozowanie rozwoju układów przestrzennych	5	45	0	32	77	3,08
proseminarium	1	10	0	5	15	0,6
regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski	3	30	0	20	50	2

rozwój zrównoważony miast i regionów	3	30	0	19	49	1.96
seminarium dyplomowe	12	45	0	40	85	3.4
społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego	3	30	0	18	48	1.92
społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej	3	30	0	24	54	2.16
systemy informatyczne wspomagania decyzji menedżerskich w miastach i regionach	4	30	0	17	47	1.88
ródła informacji w gospodarce przestrzennej	4	30	0	20	50	2
Ogółem: KIERUNKOWE	79	580	0	398	978	39,12

INNE DO ZALICZENIA

szkolenie BHP	0	5	0	3	8	0.32
Ogółem: INNE DO ZALICZENIA	0	5	5	3	8	0,32

Specjalno : menadżer brandingów miast i regionów

design i architektura marki miast i regionów	4	30	0	15	45	1.8
dziedzictwo kulturowe i tożsamość lokalna w brandingach	4	30	0	22	52	2.08
marka instytucji publicznej	3	30	0	19	49	1.96
pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej	5	30	0	20	50	2
tożsamość miast i regionów	5	30	0	23	53	2.12
Ogółem: menadżer brandingów miast i regionów	21	150	0	99	249	9,96

Specjalno : menadżer 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 wydarzeń lokalnych i regionalnych	4	30	0	20	50	2
strategie innowacyjne miast i regionów	5	30	0	25	55	2.2
zarządzanie 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	2	30	0	6	36	1,44
PODSTAWOWE	18	135	0	101	236	9,44
KIERUNKOWE	79	580	0	398	978	39,12
INNE DO ZALICZENIA	0	5	5	3	8	0,32
Łącznie	99	750	5	508	1258	50,32
menadżer brandingów miast i regionów	21	150	0	99	249	9,96
Łącznie	120	900	607	607	1507	60,28
menadżer wizerunku i promocji miast i regionów	21	150	0	108	258	10,32
Łącznie	120	900	715	616	1516	60,64

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	18	0	6	24	0.96
język hiszpański	2	18	0	6	24	0.96
język angielski	2	18	0	6	24	0.96
język francuski	2	18	0	6	24	0.96
język rosyjski	2	18	0	6	24	0.96
język niemiecki	2	18	0	6	24	0.96
Ogółem: OGÓLNOUCZELNIANE	2	18	0	6	24	0,96
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
wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego	4	18	0	16	34	1.36
Challenges of modern territorial marketing	4	18	0	10	28	1.12
Ogółem: PODSTAWOWE	18	81	0	66	147	5,88
KIERUNKOWE						
decyzje menadżerskie w miastach i regionach	4	18	0	12	30	1.2
fundraising i zarządzanie 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	4	18	0	8	26	1.04
marketing strategiczny miast i regionów	4	18	0	9	27	1.08
metody i techniki regionalnych badań społecznych	4	18	0	16	34	1.36
negocjacje i sztuka argumentacji	3	18	0	16	34	1.36
planowanie przestrzenne	5	18	0	10	28	1.12
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	5	27	0	16	43	1.72
proseminarium	1	10	0	5	15	0.6
regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski	3	18	0	11	29	1.16

rozwój zrównoważony miast i regionów	3	18	0	16	34	1,36
seminarium dyplomowe	12	45	0	38	83	3,32
społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego	3	18	0	12	30	1,2
społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej	3	18	0	16	34	1,36
systemy informatyczne wspomagania decyzji menedżerskich w miastach i regionach	4	18	0	16	34	1,36
ródła informacji w gospodarce przestrzennej	4	18	0	16	34	1,36
Ogółem: KIERUNKOWE	79	382	0	273	655	26,20

INNE DO ZALICZENIA

szkolenie BHP	0	5	0	3	8	0,32
Ogółem: INNE DO ZALICZENIA	0	5	5	3	8	0,32

Specjalno : menadżer brandingów 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 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: menadżer brandingów miast i regionów	21	90	0	60	150	6,00

Specjalno : menadżer 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 wydarzeń lokalnych i regionalnych	4	18	0	12	30	1,2
strategie innowacyjne miast i regionów	5	18	0	25	43	1,72
zarządzanie w kryzysie wizerunkowym	3	18	0	9	27	1,08
Ogółem: menadżer wizerunku i promocji miast i regionów	21	90	0	77	167	6,68

OGÓLNOUCZELNIANE	2	18	0	6	24	0,96
PODSTAWOWE	18	81	0	66	147	5,88
KIERUNKOWE	79	382	0	273	655	26,20
INNE DO ZALICZENIA	0	5	5	3	8	0,32
Łącznie	99	486	5	348	834	33,36
menadżer brandingów miast i regionów	21	90	0	60	150	6,00
Łącznie	120	576	408	408	984	39,36
menadżer wizerunku i promocji miast i regionów	21	90	0	77	167	6,68
Łącznie	120	576	485	425	1001	40,04

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

USEFZ-BMiR-O-II-S-21/22Z

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	4
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	5
12	potencjał rozwojowy miast i regionów	4
13	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych	5
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	Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] (Challenges of modern territorial marketing, wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego)	4
21	ródła informacji w gospodarce przestrzennej	4
Ogółem:		80
Wynik wyrażony w procentach:*		67%

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

menadżer brandingów 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 brandingach	4
3	marka instytucji publicznej	3

4	to samo miast i regionów	5
Ogółem:		16
Ogółem: Przedmioty (ogólnouczelniane, podstawowe, kierunkowe, pozostałe przedmioty/moduły, inne do zaliczenia) + menad er brandingu miast i regionów		96
Wynik wyra ony w procentach:*		80%

* 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		101
Wynik wyra ony w procentach:*		84%

* 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-21/22Z

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	4
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	5
12	potencjał rozwojowy miast i regionów	4
13	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych	5
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	Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł] (Challenges of modern territorial marketing, wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego)	4
21	ródła informacji w gospodarce przestrzennej	4
Ogółem:		80
Wynik wyrażony w procentach:*		67%

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

menadżer brandingu 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 brandingu	4
3	marka instytucji publicznej	3

4	to samo miast i regionów	5
Ogółem:		16
Ogółem: Przedmioty (ogólnouczelniane, podstawowe, kierunkowe, pozostałe przedmioty/moduły, inne do zaliczenia) + menad er brandingu miast i regionów		96
Wynik wyra ony w procentach:*		80%

* 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		101
Wynik wyra ony w procentach:*		84%

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

SYLABUSY
studia stacjonarne

SYLABUS

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	Specjalno : menad er wizerunku i promocji 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 rozumie poj cia zwi zane z wielowymiarowo ci procesów zachodz cych w ramach gospodarowania przestrzeni miejsk i regionaln	K_W01
	2	EP2	Student zna i rozumie wielowymiarowo zale no ci pomi dzy procesami i zjawiskami wyst puj cymi w rozwoju poszczególnych regionów	K_W09
	3	EP3	Student zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej na poziomie umo liwiaj cym adekwatne opisywanie i interpretowanie zjawisk i procesów istotnych z punktu widzenia postrzegania miast i regionów	K_W05
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi wykorzystywa nabyt wiedz z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do analizy i oceny zjawisk i procesów społeczno-gospodarczych zwi zanych z rozwojem oraz funkcjonowaniem przestrzeni miejskiej i regionalnej	K_U01
	2	EP5	Student potrafi dobra i wykorzystywa odpowiednie metody i narz dzia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do rozwi zywania problemów z zakresu rozwoju regionalnego	K_U03
	3	EP6	Student potrafi modelowa zjawiska i procesy społeczno-gospodarcze przy wykorzystaniu narz dzi wchodz cych w skład Wielowymiarowej Analizy Statystycznej	K_U03
kompetencje społeczne	1	EP7	Student jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwi zywaniu problemów WAS i zachowuje ostro no i krytycyzm w wyra aniu opinii na podstawie przeprowadzonych badan z wykorzystaniem narz dzi wchodz cych 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 zachodz cych w przestrzeni miejskiej i regionalnej	K_K01
	3	EP9	Student jest gotów do stosowania wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w rozwi zywaniu problemów o charakterze poznawczym i pragmatycznym z zachowaniem zasad etyki zawodowej	K_K07

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
--------------------------	---------	---------------

Przedmiot: analiza danych przestrzennych

Forma zaj : wykład

1. Potrzeba prowadzenia analiz wielowymiarowych przestrzeni regionalnej	3	2
2. Okre lenie obiektu bada	3	2

3. Kwantyfikacja obszaru badawczego		3	4		
4. Problematyka stosowania metod wielowymiarowej analizy statystycznej (WAS)		3	4		
5. Zastosowania wyników badań regionalnych		3	3		
Forma zajęć : laboratorium					
1. Problematyka badań wielowymiarowych przestrzeni miejskiej i regionalnej		3	2		
2. Miasto i region w teorii i praktyce		3	2		
3. Dobór a wybór zmiennych diagnostycznych		3	4		
4. Grupowanie i porządkowanie obiektów wielocechowych		3	4		
5. Ocena wyników badań		3	3		
Metody uczenia się	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		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP7,EP8,EP9		
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.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	analiza danych przestrzennych		Arytmetyczna	
	3	analiza danych przestrzennych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
	3	analiza danych przestrzennych [wykład]	egzamin		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł]				
Nazwa przedmiotu: Challenges of modern territorial marketing (PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_42S	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :
Rok: 1	Semestr: 1	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk angielski (100%)
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
umiej tno ci	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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: Challenges of modern territorial marketing				
Forma zaj : wykład				
1. The genesis and directions of changes in modern marketing			1	2
2. Marketing orientations. Modern marketing approach			1	2
3. Internet marketing			1	2
4. Determinants of marketing development in modern companies			1	2
5. Modern marketing environment, environmental factors, trends in the environment			1	2
6. Modern behavior of buyers			1	2
7. Marketing mix instruments			1	3
Forma zaj : wiczenia				
1. Modern marketing mix instruments. Diagnosis, evaluation of application on selected examples			1	6
2. Identifying the modern marketing environment of the enterprise on selected examples			1	1
3. Changes in the segmentation process			1	1
4. Modern behavior of buyers - case study			1	5
5. New trends in marketing - case study			1	2
Metody uczenia si	individual tasks within a prepared project, lectures			

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2
	PROJEKT					EP3,EP4
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP5	
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.						
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	1	Challenges of modern territorial marketing		Arytmetyczna		
	1	Challenges of modern territorial marketing [wykład]	zaliczenie z ocen			
	1	Challenges of modern territorial marketing [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: decyzje menad erskie w miastach i regionach (KIERUNKOWE)	Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_17S
--	--

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 ma wied z na temat procesu i narz dzi wspieraj cych podejmowanie decyzji.	K_W01
	2	EP2	Student rozumie wielorakie uwarunkowania procesu decyzyjnego, w tym aspekty behawioralne w tym procesie.	K_W09 K_W10
umiej tno ci	1	EP3	Student posiada umiej tno ci w zakresie diagnozowania i analizowania problemu decyzyjnego, a tak e przygotowania wariantów i ostatecznego rozwi zania oraz jego skutecznego wdro enia.	K_U01
	2	EP4	Student potrafi prowadzi konstruktywn dyskusj i rekomendowa najbardziej efektywne rozwi zania problemu decyzyjnego.	K_U06
	3	EP5	Student potrafi przewodzi zespołowi oraz skutecznie współdziała z członkami w ramach rozwi zywania problemów decyzyjnych	K_U09
kompetencje społeczne	1	EP6	Student jest gotów do podejmowania ryzyka i ponoszenia odpowiedzialno ci w warunkach niepewno ci.	K_K05
	2	EP7	Student jest gotów do podejmowania efektywnych działa z poszanowaniem zasad etyki zawodowej.	K_K07

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **decyzje menad erskie w miastach i regionach**

Forma zaj : **wykład**

1. Rola mened era	2	2
2. Modele podejmowania decyzji Fazy procesu podejmowania decyzji	2	2
3. Fazy procesu podejmowania decyzji	2	4
4. Decyzje w warunkach niepewno ci	2	3
5. Behawioralne aspekty podejmowania decyzji	2	2
6. Moderowanie decyzji grupowych	2	2

Forma zaj : **wiczenia**

1. Decyzje strategiczne i taktyczne	2	2
2. Definiowanie problemu	2	2
3. Analiza i narz dzia wspieraj ce proces decyzyjny	2	4
4. Wypracowanie wariantów rozwi za	2	4
5. Wybór najlepszego rozwi zania i skuteczne wdro enie	2	3

Metody uczenia się	Wykład informacyjny i problemowy połączony z dyskusją moderowaną i prezentacją multimedialną, Dyskusja i praca w grupach nad konkretnymi studiami przypadku podczas ćwiczeń, 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
Forma i warunki zaliczenia	Ćwiczenia - zaliczenie z ocen 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 średnią arytmetyczną uzyskaną z zaliczenia i egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	decyzje menadżerskie w miastach i regionach		Nieobliczana	
	2	decyzje menadżerskie w miastach i regionach [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	decyzje menadżerskie w miastach i regionach [wykład]	egzamin		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: design i architektura marki miast i regionów					
Forma zaj : wykład					
1. Design i architektura marki w nowoczesnym marketingu				3	2
2. Strategie budowania architektury marki miasta i regionu				3	2
3. Projektowanie marki miasta i regionu				3	3
4. Rola osobowo ci marki w tworzeniu strategii marki miasta				3	2
5. Rebranding, stereotypy i cliches marki regionu i miasta				3	2
6. Branding miasta i regionu a nowe media				3	2
7. Storytelling miasta				3	2
Forma zaj : laboratorium					
1. Budowanie strategii architektury marki regionu i miasta				3	2
2. Projektowanie to samo ci marki				3	3
3. Tworzenie osobowo ci marki miasta i regionu				3	2
4. Rebranding miasta i regionu				3	2
5. Wykorzystanie nowych mediów do budowaniu marki miasta i regionu				3	2
6. Tworzenie storytelling dla miasta lub regionu				3	2
7. Prezentacja projektów				3	2
Metody uczenia si		Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach.			

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2,EP3
	PROJEKT					EP1,EP2,EP3
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 dostateczną 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.						
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	3	design i architektura marki miast i regionów		Arytmetyczna		
	3	design i architektura marki miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen			
	3	design i architektura marki miast i regionów [laboratorium]	zaliczenie z ocen			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100				
Liczba punktów ECTS		4				

SYLABUS

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 dobiera 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		Semestr	Liczba godzin		
Przedmiot: dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding					
Forma zaj : wykład					
1. Dziedzictwo kulturowe regionu - identyfikacja, formy i przestrzenne zró nicowanie	2	5			
2. Znaczenie elementów dziedzictwa kulturowego w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca	2	3			
3. Podstawowe elementy dziedzictwa kształtuj ce mark miejsca	2	2			
4. Relacje i zale no ci: dziedzictwo kulturowe - to samo miejsca - społeczno - marka - zarz dzanie	2	3			
5. Dziedzictwo trudne, zapomniane, niechciane... Problemy w kreowaniu marki wynikaj ce z identyfikacj i akceptacj elementów dziedzictwa	2	2			
Forma zaj : wiczenia					
1. Metody analizy dziedzictwa kulturowego pod k tem rozwoju procesów branding	2	5			
2. Analiza studium przypadków - wykorzystanie elementów dziedzictwa kulturowego w procesach branding	2	8			
3. Interpretacja i zarz dzanie dziedzictwem kulturowym pod wzgl dem jego wykorzystania w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca	2	2			
Metody uczenia si	panel dyskusyjny i studium przypadków, projekt - praca semestralna, b d cy analiz wybranych studiów przypadków, wykład poł czony z prezentacj multimedialn				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	KOŁOKWIUM		EP1,EP3,EP4		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP10,EP11,EP2,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9		
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 dzania. Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki testu pisemnego sprawdzaj cego teoretyczn wiedz z zakresu dziedzictwa kulturowego i jego zale no ci z procesami branding				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa jest wyliczana jako rednia wa ona: 75% zaliczenie wicze i 25% zaliczenie wykładów				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding		Wa ona	
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,75
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding [wykład]	zaliczenie z ocen		0,25
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: ekonomia menad erska (PODSTAWOWE)	Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_3S
---	---

Nazwa kierunku: branding miast i regionów

Forma studiów: II stopnia, stacjonarne	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 rynekowych.	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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **ekonomia menad erska**

Forma zaj : **wykład**

1. Wprowadzenie do ekonomii mened erskiej. Rola mened era w organizacji i uwarunkowania jego pracy	1	1
2. Proces podejmowania decyzji w przedsi biorstwie. Rodzaje decyzji mened erskich. Etapy podejmowania decyzji. Decyzje a ryzyko i niepewno .	1	1
3. Otoczenie przedsi biorstwa. Uwarunkowania mikro-, mezo- i makroekonomiczne. Regulacje administracyjne. Struktura i formy rynku. Niedośkonało ci rynkowe.	1	1
4. Analiza popytu i jego znaczenie dla optymalnej polityki cenowej. Czynniki okre laj ce popyt. Elastyczno popytu	1	2
5. Decyzje mened erskie w procesie produkcji. Produkcja w krótkim i długim okresie. Mierzenie funkcji produkcji	1	2
6. Analiza kosztów i optymalne decyzje. Koszty produkcji w krótkim i długim okresie. Korzy ci skali	1	2
7. Podejmowanie decyzji w ró nych strukturach rynkowych. Konkurencja doskonała	1	2
8. Podejmowanie decyzji w ró nych strukturach rynkowych. Konkurencja niedoskonała (konkurencja monopolistyczna, oligopol monopol)	1	1
9. Regulacja, dobra publiczne oraz analiza kosztów i korzy ci. Zawodno rynku i regulacja. Ocena przedsi wzi publicznych	1	1
10. Wpływ polityki fiskalnej i monetarnej na optymalne decyzje przedsi biorstwa	1	2

Forma zaj : **wiczenia**

1. Podstawowe poj cia i terminy - mened eryzm, zarz dzanie, przedsi biorczo , koszt alternatywny. Case studies.	1	2
---	---	---

2. Podejmowanie decyzji w warunkach niepewności - niepewność, prawdopodobieństwo i wartość oczekiwana. Drzewa decyzyjne. Decyzje sekwencyjne. Niech do ryzyka.		1	2		
3. Teoria gier a strategia konkurencji. Analiza tablicy wypłat. Strategia konkurencji		1	2		
4. Asymetria informacji a struktura organizacji		1	2		
5. Negocjacje. Ekonomiczne rodzaje korzystnego porozumienia. Negocjacje złożone. Strategia negocjacji		1	2		
6. Planowanie i ocena przedsięwzięć inwestycyjnych. Wartość zaktualizowana i dyskontowanie. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Właściwa wysokość stopy dyskontowej		1	2		
7. Decyzje menedżerskie w kontekście problematyki zrównoważonego rozwoju		1	2		
8. Etyczny aspekt zarządzania		1	1		
Metody uczenia się	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		
	KOŁOKWIUM		EP4,EP5		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)		EP6,EP7,EP8		
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczenia; zaliczenie z oceną 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 ćwiczeń				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	1	ekonomia menedżerska		Arytmetyczna	
	1	ekonomia menedżerska [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	ekonomia menedżerska [wykład]	egzamin		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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	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 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 biernego 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		Semestr	Liczba godzin		
Przedmiot: fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi					
Forma zaj : wykład					
1. Podstawowe poj cia zwi zane z fundraisingiem		4	2		
2. Fundusze strukturalne UE		4	4		
3. Programy operacyjne		4	2		
4. Pozostałe fundusze i programy UE		4	2		
5. Zarz dzanie projektami samorz dowymi		4	2		
6. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych		4	3		
Forma zaj : wiczenia					
1. ró dła finansowania przedsi wzi samorz dowych		4	2		
2. Projekty samorz dowe finansowane z UE		4	4		
3. Procedury ubiegania si o rodki UE		4	3		
4. Zarz dzanie projektami finansowanymi z UE		4	2		
5. Dobre praktyki i projekty samorz dowe		4	2		
6. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych		4	2		
Metody uczenia si	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, wiczenia warsztatowe, Case study, Praca na dokumentacji konkursowej				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	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		
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze odbywa si na podstawie projektu przedsi wzi samorz dowych w oparciu o konkretne ró dło 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 .					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi		Arytmetyczna	
	4	fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi [wykład]	egzamin		
	4	fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_12S		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk angielski (100%) , semestr: 3 - j zyk angielski (100%)	
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 o charakterze akademickim, w tym dotycz ych w szczególno ci problemów brandingu miast i regionów	K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi uchwyci główne i wi kszo szczegółowych tre ci przekazu ustnego (dłu sze wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnie z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nad a za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czyta ze zrozumieniem zło one artykuły i inne teksty naukowe prezentuj ce okre lone stanowiska i pogl dy dotycz ce problemów brandingu miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzi swobodne rozmowy oraz uczestniczy w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnie z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiaj c swoje zdanie i broni c swoich pogl dów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotowa i zaprezentowa dłu sz wypowied monologiczn na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotowa opracowanie pisemne na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planowa i organizowa doskonalenie swoich kompetencji j zykowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia si przez całe ycie oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie	K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP8	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji j zykowych 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 j zyku obcym	K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk angielski					
Forma zaj : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	6			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	6			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	3			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	6			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	6			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	3			
Metody uczenia się	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			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	j. język angielski		Ważona	
	2	j. język angielski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	j. język angielski		Ważona	
	3	j. język angielski [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]				
Nazwa przedmiotu: j zyk francuski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_13S	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk francuski (100%) , semestr: 3 - j zyk francuski (100%)
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 o charakterze akademickim, w tym dotycz ych w szczególno ci problemów brandingu miast i regionów	K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi uchwyci główne i wi kszo szczegółowych tre ci przekazu ustnego (dłu sze wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnie z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nad a za zawartymi w nim wywodami	K_U08
	2	EP3	Potrafi czyta ze zrozumieniem zło one artykuły i inne teksty naukowe prezentuj ce okre lone stanowiska i pogl dy dotycz ce problemów brandingu miast i regionów	K_U08
	3	EP4	Potrafi prowadzi swobodne rozmowy oraz uczestniczy w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnie z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiaj c swoje zdanie i broni c swoich pogl dów	K_U06 K_U08
	4	EP5	Potrafi przygotowa i zaprezentowa dłu sz wypowied monologiczn na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U06 K_U08
	5	EP6	Potrafi przygotowa opracowanie pisemne na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U07 K_U08
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planowa i organizowa doskonalenie swoich kompetencji j zykowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia si przez całe ycie oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie	K_U10
kompetencje społeczne	1	EP8	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji j zykowych 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 j zyku obcym	K_K06
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr
				Liczba godzin
Przedmiot: j zyk francuski				
Forma zaj : lektorat				

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	6			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	6			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	3			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	6			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	6			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	3			
Metody uczenia się	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			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język francuski		Ważona	
	2	język francuski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język francuski		Ważona	
	3	język francuski [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk hiszpa ski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_15S		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk hiszpa ski (100%) , semestr: 3 - j zyk hiszpa ski (100%)	
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 o charakterze akademickim, w tym dotycz ych w szczególno ci problemów brandingu miast i regionów	K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi uchwyci główne i wi kszo szczegółowych tre ci przekazu ustnego (dłu sze wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnie z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nad a za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czyta ze zrozumieniem zło one artykuły i inne teksty naukowe prezentuj ce okre lone stanowiska i pogl dy dotycz ce problemów brandingu miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzi swobodne rozmowy oraz uczestniczy w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnie z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiaj c swoje zdanie i broni c swoich pogl dów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotowa i zaprezentowa dłu sz wypowied monologiczn na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotowa opracowanie pisemne na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planowa i organizowa doskonalenie swoich kompetencji j zykowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia si przez całe ycie oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie	K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP8	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji j zykowych 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 j zyku obcym	K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk hiszpa ski					
Forma zaj : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	6			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	6			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	3			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	6			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	6			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	3			
Metody uczenia się	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,EP4,EP6			
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA	EP1,EP6,EP7			
	PREZENTACJA	EP1,EP5,EP7			
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)	EP4,EP5,EP7,EP8,EP9			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język hiszpański		Ważona	
	2	język hiszpański [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język hiszpański		Ważona	
	3	język hiszpański [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3508_11S		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 3 - j zyk niemiecki (100%)	
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	Potrafi uchwycić główne i w szczególności treści przekazu ustnego (długie wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnień z obszaru brandingów miast i regionów oraz bez problemów nadać za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czytać ze zrozumieniem złożone artykuły i inne teksty naukowe prezentujące określone stanowiska i poglądy dotyczące problemów brandingów miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzić swobodne rozmowy oraz uczestniczyć w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnień z zakresu brandingów miast i regionów, precyzyjnie przedstawiając swoje zdanie i bronić swoich poglądów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotować i zaprezentować długą wypowiedź monologiczną na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzyście swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotować opracowanie pisemne na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzyście swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planować i organizować doskonalenie swoich kompetencji językowych w zakresie brandingów miast i regionów w ramach uczenia się przez całe życie oraz ukierunkowuje 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk niemiecki					
Forma zajęć : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	6			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	6			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	3			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	6			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	6			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	3			
Metody uczenia się	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			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język niemiecki		Ważona	
	2	język niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język niemiecki		Ważona	
	3	język niemiecki [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk rosyjski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_14S		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk rosyjski (100%) , semestr: 3 - j zyk rosyjski (100%)	
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 o charakterze akademickim, w tym dotycz ych w szczególno ci problemów brandingu miast i regionów	K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi uchwyci główne i wi kszo szczegółowych tre ci przekazu ustnego (dłu sze wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnie z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nad a za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czyta ze zrozumieniem zło one artykuły i inne teksty naukowe prezentuj ce okre lone stanowiska i pogl dy dotycz ce problemów brandingu miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzi swobodne rozmowy oraz uczestniczy w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnie z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiaj c swoje zdanie i broni c swoich pogl dów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotowa i zaprezentowa dłu sz wypowied monologiczn na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotowa opracowanie pisemne na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planowa i organizowa doskonalenie swoich kompetencji j zykowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia si przez całe ycie oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie	K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP8	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji j zykowych 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 j zyku obcym	K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk rosyjski					
Forma zaj : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	6			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	6			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	3			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	6			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	6			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	3			
Metody uczenia się	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			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język rosyjski		Ważona	
	2	język rosyjski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język rosyjski		Ważona	
	3	język rosyjski [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

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: 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 poj cie 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 samorz du terytorialnego.	K_W03 K_W09
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi analizowa i interpretowa zagadnienia z zakresu finansów regionalnych w uj ciu instytucjonalnym i instrumentalnym.	K_U01
	2	EP5	Student potrafi wykrywa i ocenia determinanty dochodów i kosztów jednostek samorz du terytorialnego.	K_U02
	3	EP6	Student potrafi dyskutowa na temat regionalnych rynków finansowych oraz regionalnych instytucji finansowych.	K_U06
	4	EP7	Student potrafi planowa i organizowa samodzielnie oraz w grupie rozwi zywanie problemów dotycz cych regionalnych instytucji finansowych.	K_U09 K_U10
kompetencje społeczne	1	EP8	Student jest gotów do podejmowania wła ciwych decyzji w zakresie wyboru determinant rozwoju lokalnego i regionalnego	K_K05 K_K07
	2	EP9	Student jest gotów do wyra nia opinii dotycz cych oceny funkcjonowania finansów regionalnych w uj ciu instytucjonalnym i instrumentalnym.	K_K02

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast**

Forma zaj : **wykład**

Treść	Semestr	Liczba godzin
1. Istota, rola i znaczenie finansów	1	1
2. Miejsce finansów regionalnych w finansach publicznych	1	1
3. Poj cie i znaczenie rynku finansowego w gospodarce	1	2
4. Finanse samorz dowe	1	2
5. Bud et jako podstawa gospodarki finansowej jednostki samorz du terytorialnego	1	2
6. Charakterystyka kapitału rzeczowego miast i regionów	1	2
7. Rola i znaczenie regionalnych instytucji finansowych, banki spółdzielcze na regionalnym rynku finansowym	1	2
8. Regionalne instytucje parabankowe	1	2
9. Regionalne instytucje finansuj ce	1	1

Forma zaj : wiczenia						
1. Organizacje samorz dowe.			1	1		
2. Finanse samorz dowe			1	2		
3. Bud et JST, procedura bud etowa, deficyt a nadwy ka bud etowa			1	2		
4. Efektywna gospodarka finansowa jednostek samorz dowych			1	2		
5. Analiza bud etu wybranej JST			1	2		
6. Regionalne instytucje finansowe a regionalne instytucje finansuj ce			1	3		
7. Analiza oferty regionalnych instytucji finansowych			1	3		
Metody uczenia si		prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, wykład informacyjny				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu	
		SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3,EP9	
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP4,EP5,EP6,EP7,EP8	
Forma i warunki zaliczenia		wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bie cej oceny wykonywanych zada wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki ko cowego sprawdzianu pisemnego z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna z wykładów i wicze				
Metoda obliczania oceny ko cowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		1	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast		Arytmetyczna	
		1	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
		1	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast [wykład]	zaliczenie z ocen		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

SYLABUS

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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **kreowanie wizerunku miast i regionów**

Forma zaj : **wykład**

1. Public Relations i współczesne media w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	3
2. Sponsoring jak element PR i marketingu miejsc.	2	2
3. Praca rzecznika prasowego i jego rola w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	2
4. Wizerunek miast i regionów w marketingu politycznym.	2	2
5. Wizerunek miast i regionów jako narz dzie komunikacji społecznej.	2	2
6. Etyka mediów i przekazu.	2	2
7. Wewn trzny wizerunek miast i regionów - marketing wewn trzny w organizacji lub jednostce samorz du terytorialnego.	2	2

Forma zaj : **wiczenia**

1. Konferencja prasowa i komunikaty prasowe w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	3
2. Formy komunikacji prasowej.	2	2
3. PR w marketingu miejsc.	2	2
4. Publicity i word of mouth w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	2
5. e-PR w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	4
6. Konstruowanie projektu działa PR kreuj cego po dany wizerunek miast i regionów.	2	2

Metody uczenia si	Wykład uczestniczy, studia przypadków, symulacje, prezentacje audio video.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
	PROJEKT				EP4
	ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP5,EP6,EP7
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie biej 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 .					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	kreowanie wizerunku miast i regionów		Arytmetyczna	
	2	kreowanie wizerunku miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	kreowanie wizerunku miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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	Potrąfi 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	Potrąfi w sposób pogł biony ocenia istniej ce rozwi zania wybranych problemów specjalistycznych zakresu marki etnicznej i narodowej	K_U05
	3	EP6	Potrąfi 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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: marka etniczna i narodowa

Forma zaj : wykład

1. Koncepcje, teorie i podstawowe poj cia marketingu etnicznego i narodowego.	3	3
2. To samo i wizerunek w marketingu etnicznym i narodowym.	3	3
3. Budowanie marki narodowej.	3	3
4. Strategia pozycjonowania marki etnicznej i narodowej.	3	3
5. Zarz dzanie relacjami rynkowymi w kontek cie marki etnicznej i narodowej.	3	3

Forma zaj : wiczenia

1. Wybrana marka etniczna lub narodowa - okre lenie czynników rozwojowych.	3	3
2. Wybrana marka etniczna lub narodowa w kontek cie analizy to samo ci i wizerunku.	3	3

3. Wybrana marka etniczna lub narodowa - ocena istniejącej marki		3	3		
4. Wybrana marka etniczna lub narodowa - analiza kampanii promocyjnej.		3	3		
5. Wybrana marka etniczna lub narodowa - charakterystyka rynku.		3	3		
Metody uczenia się	Wykłady informacyjne, problemowe i konwersatoryjne, analiza tekstów z dyskusją, burza mózgów, zajęcia praktyczne, praca indywidualna.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	KOŁOKWIUM		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP3,EP4,EP5,EP6		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP5,EP7,EP8		
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady - zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium końcowego z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z wiczenia. wiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych za wykonywane prace analityczne oraz aktywność podczas zajęć.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocen z przedmiotu stanowi średnia ocen z części wykładowej (kolokwium) i wiczeniowej.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	marka etniczna i narodowa		Arytmetyczna	
	3	marka etniczna i narodowa [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	3	marka etniczna i narodowa [wykład]	zaliczenie z ocen		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: marka instytucji u yteczno ci publicznej (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_36S	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno : menad er brandingu miast i regionów
Rok: 2	Semestr: 4	Status przedmiotu: obowi zkowy		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 zna podstawowe poj cia i zjawiska z obszaru budowania marki instytucji publicznej	K_W02 K_W04
	2	EP2	Student zna podstawowe narz dzia wspieraj ce 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
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi wyja ni specyficzne aspekty zwi zane z budowaniem marki instytucji publicznej	K_U01 K_U05
	2	EP5	Student dyskutuje i okre la potencjalne skutki wdro enia elementów kreowania marki instytucji publicznej	K_U02 K_U06
	3	EP6	Student potrafi pracowa w zespole rozwi zuj cym zadania zwi zane z budow marki instytucji publicznej	K_U07 K_U09
kompetencje społeczne	1	EP7	Student krytycznie ocenia rozwi zania stosowane przez konkretne instytucje publiczne w zakresie budowania marki	K_K02 K_K04
	2	EP8	Student jest wiadomy potrzeby uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiej tno ci	K_K01 K_K05
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: marka instytucji u yteczno ci publicznej				
Forma zaj : wykład				
1. Marka instytucji publicznej - wprowadzenie			4	2
2. New Public Management w instytucji publicznej			4	2
3. Narz dzia wspieraj ce budowanie marki instytucji publicznej			4	6
4. Doradztwo marketingowe w budowaniu marki instytucji publicznej			4	1
5. Kreowanie marki narodowej jako element budowania przewagi konkurencyjnej kraju.			4	2
6. Kampanie społeczne jako element budowania marki instytucji publicznej			4	2
Forma zaj : wiczenia				
1. Marka instytucji publicznej ? analiza przypadków			4	2
2. Internet w budowaniu marki instytucji publicznej			4	2
3. PR w instytucji publicznej			4	1
4. Praca w grupach nad opracowaniem projektu marki instytucji publicznej			4	6
5. Prezentacja opracowanych projektów przez studentów			4	4
Metody uczenia si	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 POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP5,EP6,EP8	
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - 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 wicze .					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocen z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze .						
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	4	marka instytucji uniwersyteckiej publicznej		Arytmetyczna		
	4	marka instytucji uniwersyteckiej publicznej [wykład]	zaliczenie z ocen			
	4	marka instytucji uniwersyteckiej publicznej [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
Łączny nakład pracy studenta w godz.			75			
Liczba punktów ECTS			3			

SYLABUS

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: 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 proces zarz dzania marketingowego w JST	K_W07
	2	EP2	Wymienia i charakteryzuje elementy struktury strategicznego planu marketingowego	K_W06
umiej tno ci	1	EP3	Konstruuje strategiczny plan marketingowy dla wybranej gminy	K_U03
kompetencje społeczne	1	EP4	Jest gotowy do krytycznej oceny odbieranych tre ci z zakresu marketingu strategicznego miast i regionów i ci głego aktualizowania swojej wiedzy w tym zakresie	K_K01
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: marketing strategiczny miast i regionów				
Forma zaj : wykład				
1. Funkcje współczesnego marketingu strategicznego w JST			2	2
2. Konsekwencje przyj cia koncepcji marketingowej w JST			2	2
3. Proces strategicznego zarz dzania marketingowego			2	1
4. Procedura opracowania strategicznego planu marketingowego w gminie			2	2
5. Analiza bie cej sytuacji marketingowej gminy, zasady formułowania celów marketingowych			2	2
6. Narz dzia wspomagaj ce proces okre lania celów i strategii marketingowych			2	2
7. Strategie marketingowe dla gminy, program działań marketingowych, ustalenie bud etu działań i kontrola działań			2	4
Forma zaj : wiczenia				
1. Analiza zasobów miast i gmin			2	3
2. Identyfikacja czynników wyró niaj cych gminy konkurencyjne			2	2
3. Przygotowanie analiz portfelowych słu cych do wyboru strategii marketingowego działania			2	2
4. Formułowanie misji i celów strategicznych dla gminy			2	2
5. Opracowanie strategii marketingowej			2	3
6. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań			2	3
Metody uczenia si	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
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wykładów: Egzamin pisemny z treści prezentowanych na wykładach oraz wskazanych pozycjach literatury				
	Zaliczenie ćwicze : na podstawie przygotowanie i zaprezentowanie projektu strategii marketingowej dla wybranego miasta lub regionu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocen z przedmiotu jest średnia arytmetyczna ocen z wykładów i ćwicze .					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	marketing strategiczny miast i regionów		Arytmetyczna	
	2	marketing strategiczny miast i regionów [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	marketing strategiczny miast i regionów [wykład]	egzamin		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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: 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	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
umie jtno ci	1	EP4	Potrafi oceni specyfik i zalety ró nych podej badawczych i metod badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej oraz porz dkowa informacje płyn ce z bada specjalistycznych.	K_U03
	2	EP5	Potrafi okre li problematyk poszczególnych podej badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej.	K_U01 K_U05
	3	EP6	Potrafi wybra procedur badawcz oraz metody słu ce rozwi zaniu okre lonego 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 docenia metod naukow jako podstaw kultury i ycia społecznego.	K_K06
	3	EP9	Jest gotów eksponowa znaczenie prawdy w badaniach naukowych oraz negatywne skutki fałszu i bzdury w nauce.	K_K07
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: metodologia nauk społecznych				
Forma zaj : wykład				
1. Metodologia, metoda, technika badawcza			1	1
2. Specyfika i struktura wewn trzna nauk społecznych i ich miejsce w systemie nauki			1	2
3. Specyfika, struktura i podej cia badawcze w ekonomii			1	3
4. Specyfika, struktura i podej cia badawcze w socjologii			1	3
5. Specyfika, struktura i podej cia badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej			1	3
6. Post powanie badawcze w naukach społecznych			1	2
7. Zasady przygotowania eseju z metodologii nauk społecznych			1	1
Metody uczenia si	Wykład akademicki z u yciem wy wietlacza 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
Forma i warunki zaliczenia	<p>Warunkiem uzyskania zaliczenia jest pozytywna (co najmniej dostateczna) ocena eseju związanego z problematyką metodologii nauk społecznych i oddanie go na dwa tygodnie przed sesją egzaminacyjną. Objętość eseju 20 tys. znaków. Temat dla kandydatów z osób zostanie uzgodniony z prowadzącym co najmniej miesiąc przed sesją egzaminacyjną.</p> <p>Wartość merytoryczna pracy 0-15 pkt., styl naukowy 0-2 pkt., wykorzystanie literatury i różnorodność 0-2 pkt., redakcja i estetyka (0-1).</p> <p>Ocena końcowa: 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				
	Ocenę końcową z przedmiotu jest ocena z zaliczenia wykładu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	metodologia nauk społecznych		Ważona	
	1	metodologia nauk społecznych [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Łączny nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: metody i techniki regionalnych bada społecznych (KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_20S		
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	EP2	Student zna ró ne metody i techniki regionalnych bada społecznych	K_W05	
umiej tno ci	1	EP3	Student potrafi korzysta z wła ciwych metod i technik regionalnych bada społecznych	K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP4	Student gotów do uznawania roli metod i technik regionalnych bada społecznych w rozwi zywaniu problemów poznawczych i praktycznych	K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: metody i techniki regionalnych bada społecznych					
Forma zaj : wykład					
1. Etapy procesu badawczego - sformułowanie problemu badawczego				2	3
2. Badania reaktywne i niereaktywne, ilo ciowe i jako ciowe				2	2
3. Obserwacja, ankieta i kwestionariusz wywiadu jako podstawowe narz dzia bada sonda owych				2	4
4. Dobór jednostek do badania - rodzaje prób i ich reprezentatywno				2	4
5. Analiza danych ilo ciowych i jako ciowych				2	2
Forma zaj : laboratorium					
1. Poj cie zmiennej, miernika a wska nika. Skale pomiarowe				2	5
2. Badanie zmiennych ilo ciowych i jako ciowych. Kodowanie zmiennych.				2	5
3. Graficzna prezentacji wyników bada				2	5
Metody uczenia si		rozwi zywanie zada , analiza przypadków, prezentacja multimedialna			
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
		KOLOKWIUM			EP2,EP3,EP4
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia		Laboratorium - zaliczenie z ocen na podstawie bie cej oceny aktywno ci podczas zaj i rozwi zywania zlecanych zada . Wykład - zaliczenie z ocen na podstawie kolokwium podsumowuj cego z zakresu wykładów i zalecanej literatury.			
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
		Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z zaliczenia wicze i laboratoriów.			

	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
Metoda obliczania oceny korekcyjnej	2	metody i techniki regionalnych badań społecznych		Arytmetyczna	
	2	metody i techniki regionalnych badań społecznych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
	2	metody i techniki regionalnych badań społecznych [wykład]	zaliczenie z ocen		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: negocjacje i sztuka argumentacji					
Forma zaj : wykład					
1. Istota, zasady, proces i style negocjacji				2	2
2. Komunikacja i dopasowanie w negocjacjach				2	1
3. Komunikacja werbalna i sztuka argumentacji				2	1
4. Komunikacja niewerbalna				2	1
5. Techniki negocjacyjne				2	6
6. Negocjacje mi dzynarodowe				2	4
Forma zaj : wiczenia					
1. Podstawowe zasady komunikacji w negocjacjach				2	4
2. wiczenia z zakresu skutecznej komunikacji i argumentacji.				2	4
3. Rozbudowane techniki i taktyki negocjacyjne.				2	4
4. Negocjacje w praktyce - wiczenia na przykładach praktycznych				2	3
Metody uczenia si	Prezentacja multimedialna,, Analiza przypadku, rozwi zywanie zada problemowych,, dyskusja i praca w grupach.				

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP3,EP4,EP5,EP6
Forma i warunki zaliczenia	<p>wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zadań.</p> <p>Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego kolokwium z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wiczeń.</p>					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z wykładów i wiczeń.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	2	negocjacje i sztuka argumentacji		Arytmetyczna		
	2	negocjacje i sztuka argumentacji [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
	2	negocjacje i sztuka argumentacji [wykład]	zaliczenie z ocen			
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75				
Liczba punktów ECTS		3				

SYLABUS

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: 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej					
Forma zaj : wykład					
1. Zdefiniowanie poj cia, funkcji i sfer działania administracji publicznej w Polsce				1	4
2. Struktura i kompetencje centralnej administracji rz dowej oraz administracji samorz dowej				1	4
3. Organizacja i zasady działania rz dowej administracji terenowej				1	2
4. Autonomiczne struktury administracji centralnej ? znaczenie w systemie administracji pa stwowej				1	2
5. Istota i formy kontroli administracji rz dowej				1	3
Forma zaj : wiczenia					
1. Samorz d terytorialny jako podmiot administracji publicznej				1	3
2. Struktura organizacyjna jednostek samorz du terytorialnego				1	3
3. Zadania samorz du terytorialnego				1	3
4. Gospodarowanie finansami i mieniem samorz dowym				1	3
5. Nadzór nad samorz dem terytorialnym (cele, funkcje, kryteria, organy i rodki nadzoru)				1	3
Metody uczenia si		Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, analiza przypadków.			

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
	PROJEKT				EP3,EP4,EP5
ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP4,EP5	
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 wykładów. Podstaw zaliczenia wykładów 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.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej		Ważona	
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej [wykład]	egzamin		1,00
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,00
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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: 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	Ma podstawow wiedz o specyfice planowania przestrzennego jako dzialalno ci praktycznej oraz jego powi zaniu 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
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi analizowa dokumenty planistyczne gminy pod k tem ich znaczenia w przeznaczaniu terenu pod ro ne funkcje zgodnie z zasadami ładu przestrzennego i zrównowa onego rozwoju	K_U05
	2	EP5	Potrafi ocenia przydatno procedur i dobrych praktyk do realizacji zada zwi zanych z planowaniem przestrzennym w kontek cie brandingu miast i regionów	K_U03
	3	EP6	Potrafi wykrywa przejawy kolizji i konfliktów przestrzennych i proponowa wybór optymalnego w danych warunkach wariantu zagospodarowania w kontek cie brandingu miast i regionów	K_U02 K_U04
	4	EP7	Potrafi przygotowat i przedstawi prezentacj wybranego zagadnienia z zakresu planowania przestrzennego w kontek cie potrzeb brandingu miast i regionów	K_U06 K_U07
	5	EP8	Potrafi pracowa samodzielnie i w grupie, wykazuj c si kreatywno ci w podejmowanych działaniach	K_U09 K_U10
kompetencje społeczne	1	EP9	Jest gotów do współpracy i komunikacji w zespole przy wykonywaniu opracowa 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

TRE CI PROGRAMOWE

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: planowanie przestrzenne		
Forma zaj : wykład		
1. Planowanie przestrzenne i jego cechy	3	2
2. System planowania przestrzennego w Polsce. Analiza i ocena stanu aktualnego i przewidywanych zmian.	3	6
3. Zasady zagospodarowania przestrzennego. Ład przestrzenny i równowa enie rozwoju w przestrzeni.	3	3
4. Modele planowania przestrzennego	3	2
5. Prognozy i ich rola w planowaniu przestrzennym	3	2
Forma zaj : wiczenia		

1. Inwentaryzacja, waloryzacja oraz analiza funkcji i form zagospodarowania wybranego obszaru miasta.		3	3		
2. Diagnoza i analiza uwarunkowa zagospodarowania terenu (wewn trznych i zewn trznych)		3	3		
3. Okre lenie funkcji oraz kierunków zagospodarowania przestrzennego wybranego obszaru istotnego z punktu widzenia branding u miast i regionów		3	3		
4. Opracowanie projektu zagospodarowania terenu i jego ocena z punktu widzenia korzy ci i zagro e dla branding u miast i regionów		3	3		
5. Prezentacja projektu (cz tekstowa i graficzna)		3	3		
Metody uczenia si	Wykład akademicki z u yciem wy wietlacza pisma. Prezentacja multimedialna. Film edukacyjny, Praca i dyskusja w grupach. Wykonanie projektu. Prezentacja projektu				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3		
	PREZENTACJA		EP5,EP7		
	PROJEKT		EP10,EP4,EP6,EP8,EP9		
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia wicze jest pozytywna ocena aktywnego udziału w zaj ciach oraz projektu i jego prezentacji. Warunkiem uzyskania zaliczenia wykładu jest pozytywna ocena z egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru. Ocena wicze jest wypadkow oceny aktywnego uczestnictwa w zaj ciach - 20%, opracowanie projektu - 40%, prezentacji multimedialnej - 40%. Ka de z 10 pyta egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru oceniane jest w skali 0-1 pkt. Uzyskane punkty przeliczane s na oceny w nast puj cy sposób: 10 pkt. - bdb; 9 pkt. - db+; 8 pkt. db; 7 pkt. dst+; 6 pkt. - dst; 5 pkt. i mniej ndst.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu składa si w 60% z oceny z zaliczenia wiczeni i w 40% z oceny z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	planowanie przestrzenne		Wa ona	
	3	planowanie przestrzenne [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,60
	3	planowanie przestrzenne [wykład]	egzamin		0,40
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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
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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: potencjał rozwojowy miast i regionów				
Forma zajęć : wykład				
1. Przestrzeń i środowisko geograficzne ? perspektywa gospodarcza. Cechy i struktura przestrzeni geograficznej. środowisko geograficzne.			1	4
2. Zasoby - potencjał - kapitał środowiska			1	3
3. Wzrost a rozwój gospodarczy w skali lokalnej i regionalnej			1	2
4. Potencjał miasta i regionu w gospodarce lokalnej, regionalnej i ponadregionalnej			1	4
5. Klasa kreatywna jako potencjał rozwojowy miast i regionów			1	2
Forma zajęć : wiczenia				
1. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - cel, zakres, metody			1	2
2. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - identyfikacja zasobów			1	4
3. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - określenie potencjału			1	4
4. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - scenariusze rozwoju			1	4
5. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - wnioski			1	1
Metody uczenia się		Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. wiczenia - przygotowanie projektu.		

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4
	PROJEKT				EP5,EP6
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP7	
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 ocen 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 części ćwiczeniowej (projektowej) - 35%				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	potencjał rozwojowy miast i regionów		Ważona	
	1	potencjał rozwojowy miast i regionów [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		0,35
	1	potencjał rozwojowy miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen		0,65
Łączny nakład pracy studenta w godz.			100		
Liczba punktów ECTS			4		

SYLABUS

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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej**

Forma zaj : **wykład**

1. Istota i proces pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej. Wskazówki dotycz ce pozycjonowania marek	3	3
2. Strategie pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. cele, rodzaje, procedury, warunki, korzy ci	3	3
3. Mapy percepcji i analizy struktury kategorii produktu. Inne metody budowy map percepcji i map preferencji	3	3
4. Istota i elementy storytellingu w pozycjonowaniu marki	3	2
5. Rola internetu w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej	3	2
6. City placement i inne formy maj ce na celu pozycjonowanie marek lokalnych i regionalnych	3	2

Forma zaj : **wiczenia**

1. Ustalanie optymalnego konkurencyjnego pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. wybieranie punktów wyró niaj cych i wspólnych, okre lania skojarze i mantrów marki	3	3
2. Konstruowanie narz dzi pozycjonowania m.in. map percepcji i profili semantycznych oraz map preferencji i wybór strategii	3	3
3. Wykorzystanie storytellingu jako narz dzia pozycjonowania marek, m.in. tworzenie historii, budulec opowie ci, rytuały, bohaterowie	3	3
4. Wykorzystanie internetu, m.in. strony internetowej oraz mediów społeczno ciowych w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej	3	3
5. Wykorzystanie city placement i innych form komunikowania oraz współpracy w strategii pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej	3	3

Metody uczenia si **prezentacja multimedialna, praca w grupach i indywidualna, rozwi zywanie zada problemowych, wymiana pogl dów/dyskusja moderowana, case study**

		Nr efektu uczenia si z sylabusu
Metody weryfikacji efektów uczenia si	EGZAMIN PISEMNY	EP1,EP2
	KOLOKWIIUM	EP1
	PROJEKT	EP1,EP2,EP3
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP1,EP2,EP3

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.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej		Arytmetyczna	
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej [wykład]	egzamin		
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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		J zyk przedmiotu: 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 ró dła informacji oraz adekwatne narz dzia i techniki matematyczno-statystyczne oraz graficzne i kartograficzne dostosowane do konkretnych problemów badawczych	K_W05	
	2	EP2	Zna wła ciwe zasady przygotowania opracowa analitycznych, diagnostycznych i projektowych w zakresie branding u miast i regionów ze szczególnym uwzgl dnieniem problemu badawczego realizowanej pracy dyplomowej	K_W07	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi dobiera i porz dkowa ró norodne informacje dotycz ce zagadnie z zakresu przygotowywanej pracy dyplomowej oraz sprawnie je przetwarza , posługuj c si adekwatnym oprogramowaniem komputerowym	K_U03	
	2	EP4	Potrafi dobiera i stosowa wła ciwe metody i narz dzia matematyczno-statystyczne adekwatne do konkretnych zada badawczych realizowanych w pracy dyplomowej	K_U03	
	3	EP5	Potrafi dobiera i stosowa wła ciwe metody i narz dzia graficzne i kartograficzne adekwatne do konkretnych zada badawczych realizowanych w pracy dyplomowej	K_U03	
	4	EP6	Potrafi samodzielnie rozwija umiej tno ci badawcze, korzystaj c z ró nych ró deł w j zyku polskim i obcym oraz nowoczesnych technologii informacyjnych	K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP7	Jest gotów do ci głego doksztalcania si oraz doskonalenia własnych umiej tno ci badawczych	K_K01	
	2	EP8	Jest gotów do uznawania roli prac badawczo-rozwojowych i umiej tno ci eksperckich w rozwi zywanium problemów poznawczych i aplikacyjnych z zakresu branding u miast i regionów	K_K02	
	3	EP9	Jest gotów do kreatywnego rozwi zywanium problemów poznawczych, metodologicznych i aplikacyjnych w kontek cie tematu przygotowywanej pracy dyplomowej	K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: pracownia dyplomowa					
Forma zaj : pracownia dyplomowa					
1. ró dła danych oraz zaawansowane sposoby pozyskiwania i selekcji informacji				3	2
2. Zaawansowane metody i techniki transformacji danych				3	2
3. Zaawansowane narz dzia i techniki matematyczno-statystyczne				3	6
4. Zaawansowane narz dzia i techniki graficzne i kartograficzne				3	5
5. Przetwarzanie i prezentacja materiałów niezbd nych do realizacji pracy magisterskiej				4	15

Metody uczenia si	klasyczna metoda problemowa, prezentacja multimedialna, indywidualna praca przy komputerze				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
	PREZENTACJA				EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocen po ka dym semestrze. Podstaw zaliczenia przedmiotu jest wykonanie zada przewidzianych w danym semestrze oraz pozytywne zaliczenie ko cowego sprawdzianu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu jest ocen z pracowni dyplomowej w ka dym semestrze.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	pracownia dyplomowa		Wa ona	
	3	pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]	zaliczenie z ocen		1,00
	4	pracownia dyplomowa		Wa ona	
	4	pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]	zaliczenie z ocen		1,00
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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: 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 rozumie zastosowanie wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagaj cych procesy podejmowania decyzji.	K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi w sposób wła ciwy wybra zmienne obja niaj cych okre lone zjawiska ekonomiczne oraz posiada umiej tno ci budowy, weryfikowania i wykorzystania modeli w prognozowaniu	K_U02 K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do zachowania ostro no ci i krytycyzmu w wyra aniu opinii na podstawie przeprowadzonych bada z wykorzystaniem aparatu statystyczno-ekonometrycznego	K_K02 K_K05	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: prognozowanie rozwoju układów przestrzennych					
Forma zaj : wykład					
1. Model ekonometryczny i ocena jego jako ci				3	2
2. Mierniki oceny jako ci prognoz ekonometrycznych				3	3
3. Prognozowanie na podstawie szeregów czasowych				3	5
4. Modelowanie i prognozowanie zjawisk sezonowych				3	5
Forma zaj : laboratorium					
1. ródła danych w prognozowaniu				3	6
2. Budowa modelu prognostycznego i jego weryfikacja				3	6
3. Bł dy ex ante i ex post w prognozowaniu zjawisk				3	6
4. Prognozowanie a symulacje rozwoju zjawisk				3	6
5. Projekt prognostyczny				3	6
Metody uczenia si		analiza przypadków, prezentacja multimedialna, rozwi zywanie zada			
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
		KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3

Forma i warunki zaliczenia	Laboratorium: zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonania zleczonych zadań. Wykład: zaliczenie z ocen na podstawie wyników kolokwium końcowego.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną z wykładów i laboratorium.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	3	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych		Arytmetyczna	
	3	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
	3	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych [wykład]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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 - 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	
TRECI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych					
Forma zajęć: wykład					
1. Rodzaje, cele, systematyka, charakterystyka wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	3
2. Planowanie wydarzenia, z uwzględnieniem interesariuszy, lokalizacji i budżetu				3	3
3. Planowanie promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	3
4. Kierowanie przebiegiem promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	3
5. Ewaluacja przeprowadzonej promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych, z uwzględnieniem oddziaływania na otoczenie i interesariuszy				3	3
Forma zajęć: wiczenia					
1. Praktyczne aspekty pracy w zespole nad przygotowaniem promocji wydarzenia lokalnego i regionalnego				3	2
2. Analiza i wykorzystanie nowoczesnych narzędzi eventowych (w tym wydarzenia online)				3	2
3. Analiza wykorzystania potencjału miast i regionów w promocji wydarzeń (na wybranych przykładach)				3	2
4. Przygotowanie i opracowanie planu promocji wydarzenia lokalnego				3	2
5. Prezentacja i omówienie projektów planów promocji wydarzeń lokalnych				3	7
Metody uczenia się	wykład informacyjny, prezentacja multimedialna, studium przypadku, opracowanie projektu i dyskusja nad projektem				

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2
	PREZENTACJA					EP3,EP4
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP5	
Forma i warunki zaliczenia	wykłady - zaliczenie (kolokwium) pisemne (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 oceny z pisemnego kolokwium zaliczając wykłady oraz zaliczenia wliczone z ocen					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	3	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych		Arytmetyczna		
	3	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
	3	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych [wykład]	zaliczenie z ocen			
Łączny nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

SYLABUS

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: 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	Ma pogł bion wiedz na temat kluczowych zagadnie oraz aktualnie diskutowanych problemów i trendów w obszarze branding miast i regionów	K_W01		
	2	EP2	Zna współczesne teorie oraz podej cia metodologiczne diskutowane w literaturze z zakresu zjawisk i procesów zwi zanych z brandingiem miast i regionów	K_W01		
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi na pi mie zaprezentowa wybrany problem badawczy w oparciu o dorobek teoretyczny i empiryczny nauk zwi zanych z brandingiem miast i regionów z wykorzystaniem ró norodnych ródeł informacji	K_U07		
kompetencje społeczne	1	EP4	Jest gotów do podj cia wiadomej decyzji i zaplanowania przebiegu kolejnego etapu swojej edukacji	K_K05		
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
Przedmiot: proseminarium						
Forma zaj : konwersatorium						
1. Istota pracy naukowej na studiach magisterskich.				1	1	
2. Tematyka badawcza w obszarze branding miast i regionów realizowana na Uniwersytecie Szczeci skim				1	9	
Metody uczenia si	prezentacja multimedialna, dyskusja, analiza przypadków					
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusa	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP4	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocen na podstawie eseju z zakresu wybranego problemu badawczego					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocen ko cow z przedmiotu jest ocena z konwersatorium.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot		Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	proseminarium			Wa ona	
	1	proseminarium [konwersatorium]		zaliczenie z ocen		1,00
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		25				
Liczba punktów ECTS		1				

SYLABUS

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: 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 zagadnienia zwi zane z regionalizacj i zrównowa onym rozwojem	K_W01 K_W02
	2	EP2	Rozumie mechanizmy dostosowywania regionalnej struktury społeczno-ekonomicznej do po danej struktury regionalnej	K_W03 K_W09
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi analizowa regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	K_U01 K_U04
	2	EP4	Potrafi doбира odpowiednie narz dzia i instrumentów wpływaj cych na regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	K_U03 K_U05
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do podejmowania działa zmieniaj cych regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	K_K03 K_K04

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski

Forma zaj : wykład

1. Relacje pomi dzy procesami regionalizacji i globalizacji	2	3
2. Regionalizacja jako podstawa zrównowa onego rozwoju	2	3
3. Narz dzia i instrumenty wpływaj ce na regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	2	3
4. Główne cele regionalizacji społeczno-gospodarczej	2	3
5. Analiza mocnych i słabych stron regionalizacji	2	3

Forma zaj : wiczenia

1. Polityka społeczno-ekonomiczna w kontek cie regionalizacji	2	3
2. Znaczenie i powody regionalizacji we współczesnym wiecie	2	3
3. Podstawowe cele regionalnej polityki gospodarczo-społecznej	2	3
4. Zrównowa ony rozwój jako wa ny element działa regionalizacyjnych	2	3
5. Koncepcje rozwoju społeczno-gospodarczego regionów	2	3

Metody uczenia si	Prezentacja multimedialna, Dyskusja
-------------------	--

		Nr efektu uczenia si z sylabusu
Metody weryfikacji efektów uczenia si	KOLOKWIUM	EP1,EP2,EP3
	PREZENTACJA	EP4,EP5

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				
Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną z wykładów i ćwiczeń.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski		Arytmetyczna	
	2	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski [wykład]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

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 zrównoważonego rozwoju, 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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **rozwój zrównoważony miast i regionów**

Forma zajęć : **wykład**

1. Geneza i ewolucja pojęcia zrównoważonego rozwoju.	1	2
2. Definicje i istota rozwoju zrównoważonego oraz pojęcia bliskoznacznych.	1	2
3. Problemy ekonomiczne, społeczne i przyrodnicze w skali lokalnej, krajowej i międzynarodowej.	1	2
4. Ziemia planeta ekosystemów.	1	3
5. Badania nad zrównoważeniem rozwoju.	1	2
6. Nowy urbanizm a rozwój zrównoważony miast.	1	2
7. Foresight i megatrendy rozwojowe.	1	2

Forma zajęć : **wiczenia**

1. Koncepcja rozwoju zrównoważonego Gro Harlem Brundtland.	1	2
2. Rozwój zrównoważony miast. Wskaźniki rozwoju zrównoważonego w układzie statycznym.	1	2
3. Osiedla ekologiczne, domy pasywne. Polityka transportowa a polityka mobilności w miastach.	1	3
4. Rozwój zrównoważony miast. Porównania międzynarodowe.	1	2
5. Rozwój zrównoważony miast. Porównania krajowe.	1	2
6. Wskaźniki rozwoju zrównoważonego.	1	2

7. Sfera realna a sfera sterowania.		1	2		
Metody uczenia si	Wykład uczestniczy, studia przypadków, proste kalkule, rozwijanie problem, dyskusja w grupie.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	SPRAWDZIAN		EP1		
	PROJEKT		EP2,EP4		
	ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP3,EP4		
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie biej oceny zleconych zada , w tym prac projektowych, raz aktywno ci podczas zaj . Wykład - zaliczenie z ocen na bazie wyników sprawdzianu pisemnego z zakresu wykładów i literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu rednia arytmetyczna z wicze i wykładu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	rozwój zrównowa ony miast i regionów		Arytmetyczna	
	1	rozwój zrównowa ony miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen		
	1	rozwój zrównowa ony miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

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

umiej tno ci	1	EP7	Potrafi sformułowa i uzasadni problem badawczy, postawi tezy i hipotezy oraz zaprojektowa i zrealizowa kolejne etapy post powania badawczego w nawi zaniu do specyfikacji przygotowywanej pracy dyplomowej	K_U01	
	2	EP8	Potrafi krytycznie dobiera ródła informacji oraz dokonywa pogł bionej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji danych w nawi zaniu do specyfikacji realizowanego tematu pracy dyplomowej	K_U03	
	3	EP9	Potrafi dobiera lub przystosowyywa adekwatne metody i narz dzia badawcze do rozwi zywania problemów poznawczych i aplikacyjnych zwi zanych z realizowanym tematem pracy dyplomowej	K_U03	
	4	EP10	Potrafi dokona wielokryterialnej oceny atutów rynkowych jednostki terytorialnej oraz zaprojektowa konkretne przedsi wzi cia brandingowe lub marketingowe z uwzgl dnieniem problematyki przygotowywanej pracy dyplomowej	K_U04	
	5	EP11	Potrafi przygotowa tekst naukowy w j zyku polskim wraz ze streszczeniem w j zyku obcym na temat wybranego problemu badawczego z wykorzystaniem dorobku teoretycznego i metodologicznego wla ciwych dyscyplin naukowych	K_U07	
	6	EP12	Potrafi przygotowa i przedstawi prezentacj ustn i multimedialn na temat wybranego problemu badawczego z wykorzystaniem dorobku teoretycznego i metodologicznego wla ciwych dyscyplin naukowych	K_U06	
	7	EP13	Potrafi samodzielnie zdobywa wiedz i rozwija swoje umiej tno ci w kontek cie problemu b d cego przedmiotem przygotowywanej pracy dyplomowej, korzystaj c z ró nych ródł i nowoczesnych technologii informacyjnych	K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP14	Jest gotów do uznawania roli wiedzy specjalistycznej i eksperckiej w rozwi zywaniu problemów poznawczych i praktycznych zwi zanych z tematem przygotowywanej pracy dyplomowej	K_K02	
	2	EP15	Jest gotów do przestrzegania przyj tych ustale dotycz cych etyki bada naukowych oraz poszanowania praw własno ci intelektualnej	K_K07	
	3	EP16	Jest gotów do podejmowania decyzji zwi zanych z optymalnym i zgodnym z zasadami bezpiecze stwa kształtowaniem rozwoju społeczno ci lokalnych i regionalnych w kontek cie 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 presti pracy zawodowej z obszaru brandingu miast i regionów	K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: seminarium dyplomowe					
Forma zaj : seminarium					
1. Metodologia bada naukowych oraz zasady konstrukcji pracy magisterskiej				2	2
2. Rzetelno w badaniach naukowej i zasady poszanowania własno ci intelektualnej				2	2
3. Formułowanie problemu badawczego, stawianie tez oraz hipotez				2	2
4. Selekcja ródł informacji teoretycznych i faktograficznych				2	3
5. Identyfikacja i dobór metod badawczych, specyfikacja technik oraz narz dzi badawczych				2	4
6. Dyskusja nad koncepcj pracy magisterskiej				2	2
7. Techniki pisania pracy magisterskiej				3	1
8. Przygotowanie i prezentacja eseju zwi zanego z tematyk pracy magisterskiej				3	3

9. Opracowanie i dyskusja zagadnie metodologicznych zwi zanych z tematem pracy magisterskiej	3	4			
10. Opracowanie i dyskusja podstaw teoretycznych pracy magisterskiej	3	4			
11. Planowanie bada empirycznych	3	3			
12. Realizacja bada empirycznych	4	5			
13. Przegl d wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz empirycznych	4	5			
14. Redakcja ko cowego tekstu pracy magisterskiej	4	5			
Metody uczenia si	Praca koncepcyjna i problemowa, definiowanie poj , referowanie opracowanego materiału, twórcze rozwi zywanie problemów, metody aktywizuj ce (burza mózgów, projekty, dyskusje).				
Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusa			
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA	EP10,EP11,EP17,E P2,EP3,EP4,EP7,EP 8,EP9			
	PREZENTACJA	EP1,EP12,EP6			
	PRACA DYPLOMOWA	EP1,EP10,EP11,EP 13,EP14,EP15,EP16 ,EP17,EP18,EP2,EP 3,EP4,EP5,EP6,EP7 ,EP8,EP9			
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP12,EP13,EP14,E P15,EP16,EP17,EP 18,EP5,EP6			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po ka dym semestrze. Podstaw zaliczenia jest wykonanie zada przewidzianych w danym semestrze: sem. 2 - przygotowanie koncepcji pracy, dobór ródeł informacji oraz metod i narz dzi badawczych; sem. 3 - opracowanie zagadnie metodologicznych i teoretycznych, planowanie bada empirycznych; sem. 4 - realizacja bada empirycznych, przygotowanie i zło enie ostatecznej wersji pracy				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu stanowi ocena za seminarium w ka dym semestrze.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	seminarium dyplomowe		Wa ona	
	2	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	seminarium dyplomowe		Wa ona	
	3	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
	4	seminarium dyplomowe		Wa ona	
	4	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		300			
Liczba punktów ECTS		12			

SYLABUS

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, zależności 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: społeczna odpowiedzialność w jednostkach samorządu terytorialnego					
Forma zajęć : wykład					
1. Społeczna odpowiedzialność biznesu - zagadnienia wprowadzające (istota, definicje, modele, obszary, narzędzia)			4	5	
2. Społeczna odpowiedzialność biznesu w jednostkach administracji publicznej (uwarunkowania, istota, obszary, narzędzia)			4	4	
3. Wybrane praktyki i procedury wdrożeniowe CSR w jednostkach administracji publicznej			4	3	
4. Aktualne wyzwania dla społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z perspektywy administracji publicznej			4	1	
5. Podsumowanie omówionych na wykładach aspektów społecznej odpowiedzialności w jednostkach samorządu terytorialnego			4	2	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Społeczna odpowiedzialność biznesu - istota, definicje, modele, obszary, narzędzia			4	4	
2. Społeczna odpowiedzialność organizacji a relacje z interesariuszami			4	2	
3. Społeczna odpowiedzialność biznesu w jednostkach administracji publicznej (uwarunkowania, istota, obszary, narzędzia)			4	4	
4. Wybrane praktyki i procedury wdrożeniowe CSR w jednostkach administracji publicznej			4	4	
5. Podsumowanie omówionych na wiczeniach aspektów społecznej odpowiedzialności w jednostkach samorządu terytorialnego			4	1	
Metody uczenia się		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 POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze 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 wicze i wykładów w terminach podstawowym i poprawkowym. Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych ocen cząstkowych tj. pozytywnej oceny z zaliczenia wicze i pozytywnej oceny z zaliczenia treści wykładów.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	społeczna odpowiedzialność terytorialna w jednostkach samorządu		Arytmetyczna	
	4	społeczna odpowiedzialność terytorialnego [wykład]	zaliczenie z ocen		
	4	społeczna odpowiedzialność terytorialnego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

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: obowi zkowy	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 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 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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej

Forma zajęć : wykład

1. Uwarunkowania społeczno-kulturowe - istota i czynniki	4	1
2. Społeczne aspekty marki terytorialnej	4	5
3. Kulturowe aspekty marki terytorialnej	4	5
4. Zmiany społeczno-kulturowe w markach terytorialnych	4	4

Forma zajęć : konwersatorium

1. Społeczno-kulturowe aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach i regionach Unii Europejskiej	4	3
2. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych regionach w Polsce	4	4
3. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach w Polsce	4	4
4. Ocena uwarunkowań społeczno-kulturowych marki terytorialnej	4	4

Metody uczenia się	Przygotowanie projektu, Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej
--------------------	---

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM	EP1,EP2
	PROJEKT	EP3,EP4
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)	EP5

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 średnią arytmetyczną ocen z wykładów i ćwiczeń.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej		Arytmetyczna	
	4	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej [wykład]	zaliczenie z ocen		
	4	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **strategie innowacyjne miast i regionów**

Forma zaj : **wykład**

1. Istota innowacyjno ci	2	2
2. Rodzaje strategii innowacyjnych miast i regionów	2	4
3. Formułowanie strategii innowacyjnej miast i regionów	2	4
4. Regionalne strategie innowacyjne	2	5

Forma zaj : **wiczenia**

1. Specyfika działalno ci innowacyjnej w miastach i regionach	2	4
2. Rodzaje strategii innowacyjnych w miastach i regionach	2	4
3. Innowacyjne miasta i regiony i ich strategie działania - analiza przypadków	2	4
4. Regionalne strategie innowacji - podstawowe zało enia i analiza	2	3

Metody uczenia si	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

Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze : wykonanie pracy zaliczeniowej; przygotowanie projektu i jego prezentacja oraz na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta				
	Wykłady: egzamin pisemny z treści omawianych na wykładach i wskazanej literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena końcowa przedmiotu jest średnią arytmetyczną zaliczenia wicze i egzaminu					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	strategie innowacyjne miast i regionów		Arytmetyczna	
	2	strategie innowacyjne miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	strategie innowacyjne miast i regionów [wykład]	egzamin		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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. 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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach				
Forma zajęć: laboratorium				
1. Istota, rola i obszary wykorzystania narzędzi informatycznych w procesach podejmowania decyzji menedżerskich. Narzędzia klasy Business Intelligence			4	2
2. 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			4	2
3. Przygotowanie modelu decyzyjnego. Dane, zmienne, warunki, relacje.			4	6
4. Rozwijanie i modelowanie problemów decyzyjnych za pomocą narzędzi informatycznych Power Pivot oraz Power BI			4	10
5. Tworzenie i definiowanie wskaźników KPI, widoków oraz perspektyw analitycznych. Tworzenie raportów analitycznych za pomocą narzędzi Power View oraz Power BI			4	10
Metody uczenia się	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
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP4,EP5
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.			

	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
Metoda obliczania oceny kolej	4	systemy informatyczne wspomaganie decyzji menederskich w miastach i regionach		Ważona	
	4	systemy informatyczne wspomaganie decyzji menederskich w miastach i regionach [laboratorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_31S		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		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	Zna podstawowe zasady bezpiecze stwa i higieny pracy oraz ergonomii			
umiej tno ci	1	EP2	Wykazuje umiej tno wla ciwego wnioskowania na podstawie informacji pochodz cych z ró nych dost pnych ródeł			
	2	EP3	Potrafi identyfikowa bł dy i zaniedbania w praktyce			
kompetencje społeczne	1	EP4	Jest gotów do pełnienia ról zawodowych w sposób zapewniaj cy bezpiecze stwo własne i otoczenia, w tym przestrzegania zasad bezpiecze stwa pracy			
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
Przedmiot: szkolenie BHP						
Forma zaj : wykład						
1. Uregulowania prawne dotycz ce bezpiecze stwa pracy i ochrony zdrowia w prawodawstwie polskim i UE				1	1	
2. Czynniki niebezpieczne fizyczne, biologiczne i chemiczne na zaj ciach laboratoryjnych, pracowniach i w czasie zaj terenowych				1	1	
3. Udzielanie pierwszej pomocy w sytuacji wypadkowej i zagra aj cej yciu				1	2	
4. Podstawy prawne w zakresie ochrony ppo				1	1	
Metody uczenia si	e-learning					
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Szkolenie BHP składa si z dwóch cz ci: 1) teoretycznej, realizowanej w formie kształcenia na odległo (e-learning) oraz 2) praktycznej realizowanej w Centrum Symulacji Rescue Lab i polegaj cej na wykonaniu wg zadanego przez wykładowc scenariusza algorytmu czynno ci resuscytacji kr eniowo-oddechowej na elektronicznym fantomie osoby dorosłej. Bardziej szczegółowe informacje s dost pne na stronie internetowej Uniwersyteckiego Centrum Edukacji: http://uce.usz.edu.pl/szkolenia-bhp-dla-studentow-us/					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Zaliczenie bez oceny po spełnieniu powy szych warunków					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot		Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie BHP			Nieobliczana	
	1	szkolenie BHP [wykład]		zaliczenie		

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	14
Liczba punktów ECTS	0

SYLABUS

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: 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	zna zało enia 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
umiej tno ci	1	EP4	potrafi scharakteryzowa i zinterpretowa struktur i funkcjonowanie wybranego terytorialnego systemu społecznego	K_U01
	2	EP5	potrafi przygotowa i przedstawi ustn prezentacj na wybrany temat z zakresu problemowego przedmiotu	K_U06
	3	EP6	potrafi planowa i doskonali swoje kompetencje w zakresie my lenia systemowego w ramach własnego uczenia si przez całe ycie	K_U10
kompetencje społeczne	1	EP7	jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy i my lenia systemowego w rozwi zywaniu problemów poznawczych i aplikacyjnych	K_K02
	2	EP8	jest gotów do planowania własnej kariery zawodowej z uwzgl dnieniem systemowych przeobra e rzeczywisto ci	K_K05
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: terytorialne systemy społeczne				
Forma zaj : wykład				
1. Poj cie systemu i systemowe uj cie wiata			1	3
2. Elementarne terytorialne systemy społeczne: systemy ludno ciowe, systemy społeczno-techniczne, społeczne systemy aktywno ci, systemy osadnicze			1	6
3. Zintegrowane terytorialne systemy społeczne: systemy krajowe, systemy regionalne, systemy lokalne			1	6
Forma zaj : wiczenia				
1. Metody graficzne w analizie i syntezie systemowej			1	5
2. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu elementarnego			1	5
3. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu zintegrowanego			1	5
Metody uczenia si	wykłady informacyjne i problemowe z wykorzystaniem rodków 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
Forma i warunki zaliczenia	wykłady - egzamin pisemny z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z ćwiczeń ; ćwiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie ocen cząstkowych za wykonywane prace analityczne, przygotowane prezentacje oraz aktywność podczas zajęć				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	średnia ocen z przedmiotu stanowi średnią ocen z części wykładowej i ćwiczeniowej				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	1	terytorialne systemy społeczne		Arytmetyczna	
	1	terytorialne systemy społeczne [wykład]	egzamin		
	1	terytorialne systemy społeczne [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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		Specjalno : menad er brandingu 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 metodyk i metodologie opracowa z zakresu to samo ci miast i regionów	K_W05 K_W07
	2	EP2	Zna zasady organizacji, planowania i wsparcia działa zwi zanych z to samo ci miast i regionów	K_W08 K_W09
	3	EP3	Zna i rozumie rol wszystkich interesariuszy zwi zanych z budowaniem to samo ci miast i regionów	K_W03 K_W04
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi przygotowa i przedstawi opracowanie dotycz ce to samo ci miast i regionów	K_U06 K_U07
	2	EP5	Potrafi zastosowa wla ciwe metody i narz dzia do budowania to samo ci miast i regionów	K_U03 K_U04
	3	EP6	Potrafi dokonywa oceny ju istniej cych rozwi za z zakresu to samo ci miast i regionów oraz planowa 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 my lenia kreatywnego oraz inspirowania otoczenia lokalnego do działa w zakresie to samo ci miast i regionów	K_K03 K_K04
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: to samo miast i regionów				
Forma zaj : wykład				
1. To samo miast i regionów: identyfikacja warto ci miejsca (dziedzictwo, wyró niki, lokalne warto ci, zasady, symbole)			2	4
2. Budowanie to samo ci miast i regionów: Aktywno społeczno ci lokalnej (integracja, siła grupy, gwarancja, rekomendacja, stosunek do "obcych", aktywizacja przedsi biorcza w tym przedsi biorcza postawa, lokalne miejsca pracy)			2	4
3. Budowanie marki lokalnej: Magnetyzm marki, klimat miejsca, produktów pod ni sprzedawanych, co sprawia e s powody do skorzystania z oferty pod mark lokaln (spotkanie klienta z produktem, miejscem).			2	4
4. Budowanie marki lokalnej: U ytkowanie i wzmacnianie marki (proces organizacji działa)			2	3
Forma zaj : wiczenia				
1. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wybrane badania marketingowe			2	5
2. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - projekt koncepcji strategii			2	4
3. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - system identyfikacji wizualnej			2	2
4. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wdrowanie strategii marki			2	4
Metody uczenia si	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
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady - egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń ; ćwiczenia - zaliczenie z ocen 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%				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	to samo miast i regionów		Ważona	
	2	to samo miast i regionów [wykład]	egzamin		0,65
	2	to samo miast i regionów [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		0,35
Łączny nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł]				
Nazwa przedmiotu: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego (PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_43S	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :
Rok: 1	Semestr: 1	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 1 - 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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego				
Forma zaj : wykład				
1. Geneza i kierunki przemian we współczesnym marketingu			1	2
2. Orientacje marketingowe. Nowoczesne uj cie marketingu			1	2
3. Marketing internetowy i jego znaczenie we współczesnym wiecie			1	2
4. Uwarunkowania rozwoju marketingu we współczesnych firmach			1	2
5. Współczesne otoczenie marketingowe, czynniki otoczenia, trendy w otoczeniu			1	2
6. Współczesne zachowania nabywców			1	2
7. Instrumenty marketingu mix			1	3
Forma zaj : wiczenia				
1. Współczesne instrumenty marketingu mix. Rozpoznanie, ocena stosowania na wybranych przykładach			1	6
2. Identyfikowania współczesnego marketingowego otoczenia przedsi biorstwa na wybranych przykładach			1	1
3. Przemiany w procesie segmentacji			1	1
4. Współczesne zachowania nabywców - przykłady			1	5
5. Nowe tendencje w marketingu - przykłady			1	2

Metody uczenia się	prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, analiza przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2
	PROJEKT				EP3,EP4
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP5
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: kolokwium z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury 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.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego		Arytmetyczna	
	1	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [wykład]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: zarządzanie w kryzysie wizerunkowym (SPECJALNOŚCI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE)			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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: zarządzanie w kryzysie wizerunkowym					
Forma zajęć: wykład					
1. Zarządzanie kryzysowe - analiza pojęcia				4	2
2. Rodła, symptomy i skutki kryzysu				4	2
3. Przygotowanie na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowych				4	3
4. Postępowanie w sytuacjach kryzysowych				4	4
5. Zarządzanie skutkami zdarzeń				4	4
Forma zajęć: wiczenia					
1. Analiza wybranych kryzysów wizerunkowych				4	4
2. Analiza sposobu przedstawienia wybranych sytuacji kryzysowych w mediach				4	3
3. Analiza przykładowego kryzysu wizerunkowego miast i regionów w social media				4	3
4. Strategie rozwiązywania konfliktu wokół których można budować komunikację z otoczeniem				4	2
5. Zarządzanie wizerunkiem po kryzysie				4	3
Metody uczenia się		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

Forma i warunki zaliczenia	Forma zaliczenia przedmiotu - zaliczenie z ocen Zaliczenie wykładu - sprawdzian (test), obejmujący zakres materiału zrealizowany na wykładach, Zaliczenie wicze na podstawie wykonanych zadań.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z wicze i wykładów.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym		Arytmetyczna	
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym [wykład]	zaliczenie z ocen		
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: różła informacji w gospodarce przestrzennej (KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_23S	
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	Student posiada wiedz w zakresie systemowej analizy ródeł 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 rol informacji do podejmowania decyzji.	K_W05
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi korzysta ze ródeł, dobiera dane, tworzy informacje i kształtowa wiedz niezbn dn dla podejmowania decyzji w gospodarce przestrzennej	K_U03
	2	EP5	Potrafi adekwatnie ocenia problematyk zwi zan z warto ci ródeł i informacji.	K_U02
	3	EP6	Student potrafi wla ciwie interpretowa procesy decyzyjne oraz ich skutki.	K_U01
kompetencje społeczne	1	EP7	Jest przygotowany do wla ciwego wykorzystania ródeł i informacji w imi osi gania wspólnych celów	K_K04
	2	EP8	Jest przygotowany do samodzielnego oraz zespołowego projektowania i prowadzenia badan naukowych z wykorzystaniem ró norodnych ródeł informacji (w wybranym zakresie).	K_K05
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: różła informacji w gospodarce przestrzennej				
Forma zaj : wykład				
1. Istota, rola i różła informacji.			3	3
2. Decyzje i ich podejmowanie w warunkach niepewno ci.			3	3
3. Polityka informacyjna i ich rola w kształtowaniu rozwoju miast, regionów.			3	3
4. Dezinformacja.			3	3
5. Informacja w otoczeniu biznesowym.			3	3
Forma zaj : wiczenia				
1. różła informacji w procesie decyzyjnym			3	3
2. Procesy decyzyjne w mikro i makroskali.			3	3
3. Indywidualne i zbiorowe podejmowanie decyzji.			3	3
4. Etyczne aspekty wykorzystania ródeł informacji.			3	3
5. Warto ródeł informacji.			3	3
Metody uczenia si	rozwi zywanie zada , wykład problemowy, prezentacja multimedialna, wykład informacyjny			

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP2,EP5,EP6
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3
	PREZENTACJA				EP4,EP6,EP7,EP8
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP4,EP5,EP7,EP8
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń. Ćwiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zadań oraz kolokwium z treści prezentowanych na ćwiczeniach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z wykładów i ćwiczeń				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	ródła informacji w gospodarce przestrzennej		Arytmetyczna	
	3	ródła informacji w gospodarce przestrzennej [wykład]	zaliczenie z ocen		
	3	ródła informacji w gospodarce przestrzennej [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUSY
studia niestacjonarne

SYLABUS

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	Specjalno : menad er wizerunku i promocji 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 rozumie poj cia zwi zane z wielowymiarowo ci procesów zachodz cych w ramach gospodarowania przestrzeni miejsk i regionaln	K_W01
	2	EP2	Student zna i rozumie wielowymiarowo zale no ci pomi dzy procesami i zjawiskami wyst puj cymi w rozwoju poszczególnych regionów	K_W09
	3	EP3	Student zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej na poziomie umo liwiaj cym adekwatne opisywanie i interpretowanie zjawisk i procesów istotnych z punktu widzenia postrzegania miast i regionów	K_W05
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi wykorzystywa nabyt wiedz z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do analizy i oceny zjawisk i procesów społeczno-gospodarczych zwi zanych z rozwojem oraz funkcjonowaniem przestrzeni miejskiej i regionalnej	K_U01
	2	EP5	Student potrafi dobra i wykorzystywa odpowiednie metody i narz dzia z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej do rozwi zywania problemów z zakresu rozwoju regionalnego	K_U03
	3	EP6	Student potrafi modelowa zjawiska i procesy społeczno-gospodarcze przy wykorzystaniu narz dzi wchodz cych w skład Wielowymiarowej Analizy Statystycznej	K_U03
kompetencje społeczne	1	EP7	Student jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwi zywaniu problemów WAS i zachowuje ostro no i krytycyzm w wyra aniu opinii na podstawie przeprowadzonych badan z wykorzystaniem narz dzi wchodz cych 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 zachodz cych w przestrzeni miejskiej i regionalnej	K_K01
	3	EP9	Student jest gotów do stosowania wiedzy z zakresu Wielowymiarowej Analizy Statystycznej w rozwi zywaniu problemów o charakterze poznawczym i pragmatycznym z zachowaniem zasad etyki zawodowej	K_K07

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: analiza danych przestrzennych

Forma zaj : wykład

1. Potrzeba prowadzenia analiz wielowymiarowych przestrzeni regionalnej	3	1
2. Okre lenie obiektu bada	3	1

3. Kwantyfikacja obszaru badawczego		3	2		
4. Problematyka stosowania metod wielowymiarowej analizy statystycznej (WAS)		3	3		
5. Zastosowania wyników badań regionalnych		3	2		
Forma zajęć : laboratorium					
1. Problematyka badań wielowymiarowych przestrzeni miejskiej i regionalnej		3	1		
2. Miasto i region w teorii i praktyce		3	1		
3. Dobór a wybór zmiennych diagnostycznych		3	2		
4. Grupowanie i porządkowanie obiektów wielocechowych		3	3		
5. Ocena wyników badań		3	2		
Metody uczenia się	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		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP7,EP8,EP9		
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.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	analiza danych przestrzennych		Arytmetyczna	
	3	analiza danych przestrzennych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
	3	analiza danych przestrzennych [wykład]	egzamin		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł]				
Nazwa przedmiotu: Challenges of modern territorial marketing (PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_42N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :
Rok: 1	Semestr: 1	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk angielski (100%)
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
umiej tno ci	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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: Challenges of modern territorial marketing				
Forma zaj : wykład				
1. The genesis and directions of changes in modern marketing			1	1
2. Marketing orientations. Modern marketing approach			1	1
3. Internet marketing			1	1
4. Determinants of marketing development in modern companies			1	1
5. Modern marketing environment, environmental factors, trends in the environment			1	1
6. Modern behavior of buyers			1	2
7. Marketing mix instruments			1	2
Forma zaj : wiczenia				
1. Modern marketing mix instruments. Diagnosis, evaluation of application on selected examples			1	4
2. Identifying the modern marketing environment of the enterprise on selected examples			1	1
3. Changes in the segmentation process			1	1
4. Modern behavior of buyers - case study			1	2
5. New trends in marketing - case study			1	1
Metody uczenia si	individual tasks within a prepared project, lectures			

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2
	PROJEKT					EP3,EP4
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP5	
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.						
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	1	Challenges of modern territorial marketing		Arytmetyczna		
	1	Challenges of modern territorial marketing [wykład]	zaliczenie z ocen			
	1	Challenges of modern territorial marketing [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: decyzje menad erskie w miastach i regionach (KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_10N	
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 ma wiedz na temat procesu i narz dzi wspieraj cych podejmowanie decyzji	K_W01
	2	EP2	Student rozumie wielorakie uwarunkowania procesu decyzyjnego, w tym aspekty behawioralne w tym procesie	K_W09 K_W10
umiej tno ci	1	EP3	Student posiada umiej tno ci w zakresie diagnozowania i analizowania problemu decyzyjnego, a tak e przygotowania wariantów i ostatecznego rozwi zania oraz jego skutecznego wdro enia	K_U01
	2	EP4	Student potrafi prowadzi konstruktywn dyskusj i rekomendowa najbardziej efektywne rozwi zania problemu decyzyjnego	K_U06
	3	EP5	Student potrafi przewodzi zespołowi oraz skutecznie współdziała z członkami w ramach rozwi zywania problemów decyzyjnych	K_U09
kompetencje społeczne	1	EP6	Student jest gotów do podejmowania ryzyka i ponoszenia odpowiedzialno ci w warunkach niepewno ci	K_K05
	2	EP7	Student jest gotów do podejmowania efektywnych działa z poszanowaniem zasad etyki zawodowej	K_K07
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: decyzje menad erskie w miastach i regionach				
Forma zaj : wykład				
1. Modele podejmowania decyzji Fazy procesu podejmowania decyzji			2	2
2. Fazy procesu podejmowania decyzji			2	3
3. Decyzje w warunkach niepewno ci			2	2
4. Behawioralne aspekty podejmowania decyzji			2	2
Forma zaj : wiczenia				
1. Definiowanie problemu			2	2
2. Analiza i narz dzia wspieraj ce proces decyzyjny			2	3
3. Wypracowanie wariantów rozwi za			2	2
4. Wybór najlepszego rozwi zania i skuteczne wdro enie			2	2
Metody uczenia si	Dyskusja i praca w grupach nad konkretnymi studiami przypadku podczas wicze ., Gra decyzyjna połączona z prezentacj rezultatów., Wykład informacyjny i problemowy połączony z dyskusj moderowan i prezentacj multimedialn .			

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	
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonania zadań wiczeniowych oraz aktywności podczas zajęć. Wykład - egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną uzyskaną z zaliczenia i egzaminu.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	2	decyzje menadżerskie w miastach i regionach		Nieobliczana		
	2	decyzje menadżerskie w miastach i regionach [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
	2	decyzje menadżerskie w miastach i regionach [wykład]	egzamin			
Łączny nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

SYLABUS

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	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi zaplanowa dzia łanie zwi zane z budowaniem marki. Zna zasady tworzenia marki 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: design i architektura marki miast i regionów					
Forma zaj : wykład					
1. Design i architektura marki w nowoczesnym marketingu				3	1
2. Strategie budowania architektury marki miasta i regionu				3	2
3. Projektowanie marki miasta i regionu				3	2
4. Rola osobowo ci marki w tworzeniu strategii marki miasta				3	1
5. Rebranding, stereotypy i cliches marki regionu i miasta				3	1
6. Branding miasta i regionu a nowe media				3	1
7. Storytelling miasta				3	1
Forma zaj : laboratorium					
1. Budowanie strategii architektury marki regionu i miasta				3	1
2. Projektowanie to samo ci marki				3	2
3. Tworzenie osobowo ci marki miasta i regionu				3	1
4. Rebranding miasta i regionu				3	1
5. Wykorzystanie nowych mediów do budowaniu marki miasta i regionu				3	1
6. Tworzenie storytelling dla miasta lub regionu				3	2
7. Prezentacja projektów				3	1
Metody uczenia si		Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach.			

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2,EP3
	PROJEKT					EP1,EP2,EP3
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 dostateczną z wicze , je li otrzyma co najmniej 60% punktów mo liwych do zdobycia.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocen ko cow z przedmiotu jest rednia arytmetyczna z wykładu i wicze , uzyskiwana pod warunkiem otrzymania pozytywnych ocen z ka dej cz ci.						
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	3	design i architektura marki miast i regionów		Arytmetyczna		
	3	design i architektura marki miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen			
	3	design i architektura marki miast i regionów [laboratorium]	zaliczenie z ocen			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100				
Liczba punktów ECTS		4				

SYLABUS

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 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 dobiera 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		Semestr	Liczba godzin		
Przedmiot: dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding					
Forma zaj : wykład					
1. Dziedzictwo kulturowe regionu - identyfikacja, formy i przestrzenne zró nicowanie		2	2		
2. Znaczenie elementów dziedzictwa kulturowego w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca		2	2		
3. Podstawowe elementy dziedzictwa kształtuj ce mark miejsca		2	1		
4. Relacje i zale no ci: dziedzictwo kulturowe - to samo miejsca - społeczno - marka - zarz dzanie		2	2		
5. Dziedzictwo trudne, zapomniane, niechciane... Problemy w kreowaniu marki wynikaj ce z identyfikacj i akceptacj elementów dziedzictwa		2	2		
Forma zaj : wiczenia					
1. Metody analizy dziedzictwa kulturowego pod k tem rozwoju procesów branding		2	2		
2. Analiza studium przypadków - wykorzystanie elementów dziedzictwa kulturowego w procesach branding		2	5		
3. Interpretacja i zarz dzanie dziedzictwem kulturowym pod wzgl dem jego wykorzystania w kształtowaniu wizerunku i marki miejsca		2	2		
Metody uczenia si	projekt - praca semestralna, b d cy analiz wybranych studiów przypadków, wykład poł czony z prezentacj multimedialn , panel dyskusyjny i studium przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP3,EP4		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP10,EP11,EP2,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9		
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 dzania. Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki testu pisemnego sprawdzaj cego teoretyczn wiedz z zakresu dziedzictwa kulturowego i jego zale no ci z procesami branding				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa jest wyliczana jako rednia wa ona: 75% zaliczenie wicze i 25% zaliczenie wykładów				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding		Wa ona	
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding [wykład]	zaliczenie z ocen		0,25
	2	dziedzictwo kulturowe i to samo lokalna w branding [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,75
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: ekonomia menedżerska (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: 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 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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **ekonomia menedżerska**

Forma zajęć : **wykłady**

1. 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.	1	1
2. 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.	1	2
3. 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.	1	2
4. Podejmowanie decyzji w różnych strukturach rynkowych. Konkurencja doskonała. Konkurencja niedoskonała (konkurencja monopolistyczna, oligopol, monopol).	1	2
5. Regulacja, dobra publiczne oraz analiza kosztów i korzyści. Zawodność rynku i regulacja. Ocena przedsiębiorstw publicznych. Wpływ polityki fiskalnej i monetarnej na optymalne decyzje przedsiębiorstwa.	1	2

Forma zajęć : **wiczenia**

1. Podstawowe pojęcia i terminy - menedżeryzm, zarządzanie, przedsiębiorstwo, koszt alternatywny. Case studies.	1	1
2. Podejmowanie decyzji w warunkach niepewności - niepewność, prawdopodobieństwo i wartość oczekiwana. Drzewa decyzyjne. Decyzje sekwencyjne. Niechodzenie do ryzyka.	1	2
3. Teoria gier a strategia konkurencji. Analiza tablicy wypłat. Strategia konkurencji	1	2
4. Negocjacje. Ekonomiczne źródła korzystnego porozumienia. Negocjacje złożone. Strategia negocjacji	1	2

5. Planowanie i ocena przedsięwzięć inwestycyjnych. Wartość zaktualizowana i dyskontowana. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Właściwa wysokość stopy dyskontowej		1	2		
Metody uczenia się	dyskusja, prezentacje multimedialne, rozwijanie zadań, Wykład informacyjny, analiza przypadków, analiza danych rzeczywistych				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3		
	KOŁOKWIUM		EP4,EP5		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)		EP6,EP7,EP8		
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczenia: zaliczenie z oceną 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 ćwiczeń				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	ekonomia menadżerska		Arytmetyczna	
	1	ekonomia menadżerska [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	ekonomia menadżerska [wykład]	egzamin		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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, dostrzega 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, przygotowując 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		Semestr	Liczba godzin		
Przedmiot: fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi					
Forma zaj : wykład					
1. Podstawowe poj cia zwi zane z fundraisingiem	4	2			
2. Fundusze strukturalne UE	4	2			
3. Programy operacyjne	4	2			
4. Pozostałe fundusze i programy UE	4	1			
5. Zarz dzanie projektami samorz dowymi	4	1			
6. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych	4	1			
Forma zaj : wiczenia					
1. ródła finansowania przedsi wzi samorz dowych	4	1			
2. Projekty samorz dowe finansowane z UE	4	1			
3. Procedury ubiegania si o rodki UE	4	2			
4. Zarz dzanie projektami finansowanymi z UE	4	3			
5. Dobre praktyki i projekty samorz dowe	4	1			
6. Obszary funkcjonalne jako przykład projektów samorz dowych	4	1			
Metody uczenia si	wiczenia warsztatowe, Case study, Praca na dokumentacji konkursowej, Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	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		
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 .					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi		Arytmetyczna	
	4	fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	4	fundraising i zarz dzanie projektami miejskimi i regionalnymi [wykład]	egzamin		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_27N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk angielski (100%) , semestr: 3 - j zyk angielski (100%)	
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 o charakterze akademickim, w tym dotycz ych w szczególno ci problemów brandingu miast i regionów	K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi uchwyci główne i wi kszo szczegółowych tre ci przekazu ustnego (dłu sze wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnie z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nad a za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czyta ze zrozumieniem zło one artykuły i inne teksty naukowe prezentuj ce okre lone stanowiska i pogl dy dotycz ce problemów brandingu miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzi swobodne rozmowy oraz uczestniczy w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnie z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiaj c swoje zdanie i broni c swoich pogl dów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotowa i zaprezentowa dłu sz wypowied monologiczn na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotowa opracowanie pisemne na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planowa i organizowa doskonalenie swoich kompetencji j zykowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia si przez całe ycie oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie	K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP8	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji j zykowych 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 j zyku obcym	K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk angielski					
Forma zaj : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	4			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	3			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	2			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	4			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	3			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	2			
Metody uczenia się	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 OBSERWACJ)	EP4,EP5,EP7,EP8,EP9			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język angielski		Ważona	
	2	język angielski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język angielski		Ważona	
	3	język angielski [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]				
Nazwa przedmiotu: j zyk francuski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_28N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk francuski (100%) , semestr: 3 - j zyk francuski (100%)
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 o charakterze akademickim, w tym dotycz ych w szczególno ci problemów brandingu miast i regionów	K_W01
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi uchwyci główne i wi kszo szczegółowych tre ci przekazu ustnego (dłu sze wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnie z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nad a za zawartymi w nim wywodami	K_U08
	2	EP3	Potrafi czyta ze zrozumieniem zło one artykuły i inne teksty naukowe prezentuj ce okre lone stanowiska i pogl dy dotycz ce problemów brandingu miast i regionów	K_U08
	3	EP4	Potrafi prowadzi swobodne rozmowy oraz uczestniczy w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnie z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiaj c swoje zdanie i broni c swoich pogl dów	K_U06 K_U08
	4	EP5	Potrafi przygotowa i zaprezentowa dłu sz wypowied monologiczn na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U06 K_U08
	5	EP6	Potrafi przygotowa opracowanie pisemne na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U07 K_U08
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planowa i organizowa doskonalenie swoich kompetencji j zykowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia si przez całe ycie oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie	K_U10
kompetencje społeczne	1	EP8	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji j zykowych 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 j zyku obcym	K_K06
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr
Liczba godzin				
Przedmiot: j zyk francuski				
Forma zaj : lektorat				

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	4			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	3			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	2			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	4			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	3			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	2			
Metody uczenia się	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 OBSERWACJ)	EP4,EP5,EP7,EP8,EP9			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Ocenę z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język francuski		Ważona	
	2	język francuski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język francuski		Ważona	
	3	język francuski [lektorat]	egzamin		1,00
Łączny nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk hiszpa ski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3507_30N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk hiszpa ski (100%) , semestr: 3 - j zyk hiszpa ski (100%)	
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 o charakterze akademickim, w tym dotycz ych w szczególno ci problemów brandingu miast i regionów	K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi uchwyci główne i wi kszo szczegółowych tre ci przekazu ustnego (dłu sze wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnie z obszaru brandingu miast i regionów oraz bez problemów nad a za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czyta ze zrozumieniem zło one artykuły i inne teksty naukowe prezentuj ce okre lone stanowiska i pogl dy dotycz ce problemów brandingu miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzi swobodne rozmowy oraz uczestniczy w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnie z zakresu brandingu miast i regionów, precyzyjnie przedstawiaj c swoje zdanie i broni c swoich pogl dów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotowa i zaprezentowa dłu sz wypowied monologiczn na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotowa opracowanie pisemne na temat zło onych zagadnie szczegółowych z zakresu brandingu miast i regionów, wykorzystuj c wła ciwy aparat poj ciowo-terminologiczny oraz wyja niaj c przejrz ycie swoje stanowisko i argumentuj c wady i zalety ró nych rozwi za	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planowa i organizowa doskonalenie swoich kompetencji j zykowych w zakresie brandingu miast i regionów w ramach uczenia si przez całe ycie oraz ukierunkowuje innych w tym zakresie	K_U10	
kompetencje społeczne	1	EP8	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz kompetencji j zykowych 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 j zyku obcym	K_K06	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk hiszpa ski					
Forma zaj : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	4			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	3			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	2			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	4			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	3			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	2			
Metody uczenia się	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,EP4,EP6			
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA	EP1,EP6,EP7			
	PREZENTACJA	EP1,EP5,EP7			
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)	EP4,EP5,EP7,EP8,EP9			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język hiszpański		Ważona	
	2	język hiszpański [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język hiszpański		Ważona	
	3	język hiszpański [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3508_26N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk niemiecki (100%) , semestr: 3 - j zyk niemiecki (100%)	
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	Potrafi uchwycić główne i w szczególności treści przekazu ustnego (długie wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnień z obszaru brandingów miast i regionów oraz bez problemów nadać za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czytać ze zrozumieniem złożone artykuły i inne teksty naukowe prezentujące określone stanowiska i poglądy dotyczące problemów brandingów miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzić swobodne rozmowy oraz uczestniczyć w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnień z zakresu brandingów miast i regionów, precyzyjnie przedstawiając swoje zdanie i bronić swoich poglądów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotować i zaprezentować długą wypowiedź monologiczną na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzyście swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotować opracowanie pisemne na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzyście swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planować i organizować doskonalenie swoich kompetencji językowych w zakresie brandingów miast i regionów w ramach uczenia się przez całe życie oraz ukierunkowuje 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk niemiecki					
Forma zajęć : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	4			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	3			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	2			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	4			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	3			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	2			
Metody uczenia się	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			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język niemiecki		Ważona	
	2	język niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język niemiecki		Ważona	
	3	język niemiecki [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Moduł: J zyk obcy [moduł]					
Nazwa przedmiotu: j zyk rosyjski (OGÓLNOUCZELNIANE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3509_29N		
Nazwa kierunku: branding miast i regionów					
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Rok: 1, 2	Semestr: 2, 3	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk rosyjski (100%) , semestr: 3 - j zyk rosyjski (100%)	
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	Potrafi uchwycić główne i w szczególności treści przekazu ustnego (długie wypowiedzi, wykłady, audycje radiowe i telewizyjne itp.) na temat konkretnych zagadnień z obszaru brandingów miast i regionów oraz bez problemów nadać za zawartymi w nim wywodami	K_U08	
	2	EP3	Potrafi czytać ze zrozumieniem złożone artykuły i inne teksty naukowe prezentujące określone stanowiska i poglądy dotyczące problemów brandingów miast i regionów	K_U08	
	3	EP4	Potrafi prowadzić swobodne rozmowy oraz uczestniczyć w dyskusjach na temat szczegółowych zagadnień z zakresu brandingów miast i regionów, precyzyjnie przedstawiając swoje zdanie i bronić swoich poglądów	K_U06 K_U08	
	4	EP5	Potrafi przygotować i zaprezentować długą wypowiedź monologiczną na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzyście swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań	K_U06 K_U08	
	5	EP6	Potrafi przygotować opracowanie pisemne na temat złożonych zagadnień szczegółowych z zakresu brandingów miast i regionów, wykorzystując właściwy aparat pojęciowo-terminologiczny oraz wyrażając przejrzyście swoje stanowisko i argumentując wady i zalety różnych rozwiązań	K_U07 K_U08	
	6	EP7	Potrafi samodzielnie planować i organizować doskonalenie swoich kompetencji językowych w zakresie brandingów miast i regionów w ramach uczenia się przez całe życie oraz ukierunkowuje 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk rosyjski					
Forma zajęć : lektorat					

1. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	2	4			
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	2	3			
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	2	2			
4. Zajęcia doskonałe wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku	3	4			
5. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+	3	3			
6. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia	3	2			
Metody uczenia się	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			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po semestrze 2 oraz egzamin ustny po semestrze 3. Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz uzyskanie pozytywnych wyników z testów czystkowych, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena za semestr jest ustalana na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności. Oceną z ostatniego semestru stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	język rosyjski		Ważona	
	2	język rosyjski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	język rosyjski		Ważona	
	3	język rosyjski [lektorat]	egzamin		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

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: 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 poj cie 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 samorz du terytorialnego.	K_W03 K_W09
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi analizowa i interpretowa zagadnienia z zakresu finansów regionalnych w uj ciu instytucjonalnym i instrumentalnym.	K_U01
	2	EP5	Student potrafi wykrywa i ocenia determinanty dochodów i kosztów jednostek samorz du terytorialnego.	K_U02
	3	EP6	Student potrafi dyskutowa na temat regionalnych rynków finansowych oraz regionalnych instytucji finansowych.	K_U06
	4	EP7	Student potrafi planowa i organizowa samodzielnie oraz w grupie rozwi zywanie problemów dotycz cych regionalnych instytucji finansowych.	K_U09 K_U10
kompetencje społeczne	1	EP8	Student jest gotów do podejmowania wła ciwych decyzji w zakresie wyboru determinant rozwoju lokalnego i regionalnego	K_K05 K_K07
	2	EP9	Student jest gotów do wyra nia opinii dotycz cych oceny funkcjonowania finansów regionalnych w uj ciu instytucjonalnym i instrumentalnym.	K_K02
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast				
Forma zaj : wykład				
1. Miejsce finansów regionalnych w finansach publicznych			1	1
2. Finanse samorz dowe			1	1
3. Bud et jako podstawa gospodarki finansowej jednostki samorz du terytorialnego			1	2
4. Charakterystyka kapitału rzeczowego miast i regionów			1	2
5. Rola i znaczenie regionalnych instytucji finansowych, banki spółdzielcze na regionalnym rynku finansowym			1	2
6. Regionalne instytucje finansowe			1	1
Forma zaj : wiczenia				
1. Finanse samorz dowe			1	2
2. Bud et JST, procedura bud etowa, deficyt a nadwy ka bud etowa			1	2

3. Analiza bud etu wybranej JST		1	2		
4. Regionalne instytucje finansowe a regionalne instytucje finansuj ce		1	1		
5. Analiza oferty regionalnych instytucji finansowych		1	2		
Metody uczenia si	prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, wykład informacyjny				
Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusa			
	SPRAWDZIAN	EP1,EP2,EP3,EP9			
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP4,EP5,EP6,EP7,EP8			
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bie cej oceny wykonywanych zada wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki ko cowego sprawdzianu pisemnego z zakresu tre ci wykładowych i zalecanej literatury				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna z wykładów i wicze				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast		Arytmetyczna	
	1	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	kapitał rzeczowy i finansowy w rozwoju miast [wykład]	zaliczenie z ocen		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **kreowanie wizerunku miast i regionów**

Forma zaj : **wykład**

1. Public Relations i współczesne media w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	2
2. Sponsoring jak element PR i marketingu miejsc.	2	1
3. Praca rzecznika prasowego i jego rola w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	1
4. Wizerunek miast i regionów w marketingu politycznym.	2	2
5. Wizerunek miast i regionów jako narz dzie komunikacji społecznej.	2	2
6. Etyka mediów i przekazu.	2	1

Forma zaj : **wiczenia**

1. Konferencja prasowa i komunikaty prasowe w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	2
2. Formy komunikacji prasowej.	2	2
3. PR w marketingu miejsc.	2	1
4. Publicity i word of mouth w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	1
5. e-PR w kreowaniu wizerunku miast i regionów.	2	1
6. Konstruowanie projektu działa PR kreuj cego po dany wizerunek miast i regionów.	2	2

Metody uczenia si	Wykład uczestnicz cy, studia przypadków, symulacje, prezentacje audio video.
-------------------	---

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOŁOKWIUM				EP1,EP2,EP3
	PROJEKT				EP4
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP5,EP6,EP7	
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny poprawności wykonywanych zadań, w tym przygotowania projektu dział PR, oraz aktywności podczas zajęć.				
	Wykład - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki kolokwium z zakresu treści wykładowych i literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocen z przedmiotu jest średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wiczeń.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	kreowanie wizerunku miast i regionów		Arytmetyczna	
	2	kreowanie wizerunku miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	kreowanie wizerunku miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.			100		
Liczba punktów ECTS			4		

SYLABUS

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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: marka etniczna i narodowa

Forma zaj : wykład

1. Koncepcje, teorie i podstawowe poj cia marketingu etnicznego i narodowego.	3	1
2. To samo i wizerunek w marketingu etnicznym i narodowym.	3	2
3. Budowanie marki narodowej.	3	2
4. Strategia pozycjonowania marki etnicznej i narodowej.	3	2
5. Zarz dzanie relacjami rynkowymi w kontek cie marki etnicznej i narodowej.	3	2

Forma zaj : wiczenia

1. Wybrana marka etniczna lub narodowa - okre lenie czynników rozwojowych.	3	1
2. Wybrana marka etniczna lub narodowa w kontek cie analizy to samo ci i wizerunku.	3	2

3. Wybrana marka etniczna lub narodowa - ocena istniejącej marki		3	2		
4. Wybrana marka etniczna lub narodowa - analiza kampanii promocyjnej.		3	2		
5. Wybrana marka etniczna lub narodowa - charakterystyka rynku.		3	2		
Metody uczenia się	Wykłady informacyjne, problemowe i konwersatoryjne, analiza tekstów z dyskusją, burza mózgów, zajęcia praktyczne, praca indywidualna.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP3,EP4,EP5,EP6		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP5,EP7,EP8		
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady - zaliczenie z oceną na podstawie kolokwium końcowego z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z ćwiczeń. Ćwiczenia - zaliczenie z oceną na podstawie ocen cząstkowych za wykonywane prace analityczne oraz aktywność podczas zajęć.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocen z przedmiotu stanowi średnia ocen z części wykładowej (kolokwium) i ćwiczeniowej.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	marka etniczna i narodowa		Arytmetyczna	
	3	marka etniczna i narodowa [wykład]	zaliczenie z ocen		
	3	marka etniczna i narodowa [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: marka instytucji u yteczno ci publicznej (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_36N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno : menad er brandingu miast i regionów
Rok: 2	Semestr: 4	Status przedmiotu: obowi zkowy		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 zna podstawowe poj cia i zjawiska z obszaru budowania marki instytucji publicznej	K_W02 K_W04
	2	EP2	Student zna podstawowe narz dzia wspieraj ce 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
umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi wyja ni specyficzne aspekty zwi zane z budowaniem marki instytucji publicznej	K_U01 K_U05
	2	EP5	Student dyskutuje i okre la potencjalne skutki wdro enia elementów kreowania marki instytucji publicznej	K_U02 K_U06
	3	EP6	Student potrafi pracowa w zespole rozwi zuj cym zadania zwi zane z budow marki instytucji publicznej	K_U07 K_U09
kompetencje społeczne	1	EP7	Student krytycznie ocenia rozwi zania stosowane przez konkretne instytucje publiczne w zakresie budowania marki	K_K02 K_K04
	2	EP8	Student jest wiadomy potrzeby uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiej tno ci	K_K01 K_K05
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: marka instytucji u yteczno ci publicznej				
Forma zaj : wykład				
1. Marka instytucji publicznej - wprowadzenie			4	2
2. New Public Management w instytucji publicznej			4	2
3. Narz dzia wspieraj ce budowanie marki instytucji publicznej			4	2
4. Doradztwo marketingowe w budowaniu marki instytucji publicznej			4	1
5. Kampanie społeczne jako element budowania marki instytucji publicznej			4	2
Forma zaj : wiczenia				
1. Marka instytucji publicznej ? analiza przypadków			4	2
2. Internet w budowaniu marki instytucji publicznej			4	1
3. Praca w grupach nad opracowaniem projektu marki instytucji publicznej			4	3
4. Prezentacja opracowanych projektów przez studentów			4	3
Metody uczenia si	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 POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP5,EP6,EP8	
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - 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 wicze .					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocen z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z wykładów i wicze .						
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	4	marka instytucji użyteczności publicznej		Arytmetyczna		
	4	marka instytucji użyteczności publicznej [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
	4	marka instytucji użyteczności publicznej [wykład]	zaliczenie z ocen			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.			75			
Liczba punktów ECTS			3			

SYLABUS

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 - 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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: marketing strategiczny miast i regionów				
Forma zajęć : wykład				
1. Funkcje współczesnego marketingu strategicznego w JST			2	1
2. Konsekwencje przyjęcia koncepcji marketingowej w JST			2	1
3. Proces strategicznego zarządzania marketingowego			2	1
4. Procedura opracowania strategicznego planu marketingowego w gminie			2	1
5. Analiza bieżącej sytuacji marketingowej gminy, zasady formułowania celów marketingowych			2	2
6. Narzędzia wspomagające proces określania celów i strategii marketingowych			2	1
7. Strategie marketingowe dla gminy, program działań marketingowych, ustalenie budżetu działań i kontrola działań			2	2
Forma zajęć : wiczenia				
1. Analiza zasobów miast i gmin			2	2
2. Identyfikacja czynników wyróżniających gminy konkurencyjne			2	1
3. Przygotowanie analiz portfelowych służących do wyboru strategii marketingowego działania			2	1
4. Formułowanie misji i celów strategicznych dla gminy			2	1
5. Opracowanie strategii marketingowej			2	2
6. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań			2	2
Metody uczenia się	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
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wykładów: Egzamin pisemny z treści prezentowanych na wykładach oraz wskazanych pozycjach literatury				
	Zaliczenie ćwicze : na podstawie przygotowanie i zaprezentowanie projektu strategii marketingowej dla wybranego miasta lub regionu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocen z przedmiotu jest średnia arytmetyczna ocen z wykładów i ćwicze .					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	marketing strategiczny miast i regionów		Arytmetyczna	
	2	marketing strategiczny miast i regionów [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
	2	marketing strategiczny miast i regionów [wykład]	egzamin		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: metodologia nauk społecznych (PODSTAWOWE)	Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_1N
---	---

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	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
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi oceni specyfik i zalety ró nych podej badawczych i metod badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej oraz porz dkowa informacje płyn ce z bada specjalistycznych.	K_U03
	2	EP5	Potrafi okre li problematyk poszczególnych podej badawczych w ekonomii, socjologii i geografii społeczno-ekonomicznej.	K_U01 K_U05
	3	EP6	Potrafi wybra procedur badawcz oraz metody słu ce rozwi zaniu okre lonego 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 docenia metod naukow jako podstaw kultury i ycia społecznego.	K_K06
	3	EP9	Jest gotów eksponowa znaczenie prawdy w badaniach naukowych oraz negatywne skutki fałszu i bzdury w nauce.	K_K07

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
--------------------------	---------	---------------

Przedmiot: **metodologia nauk społecznych**

Forma zaj : **wykład**

Treść	Semestr	Liczba godzin
1. Metodologia, metoda, technika badawcza	1	1
2. Specyfika i struktura wewn trzna nauk społecznych i ich miejsce w systemie nauki	1	2
3. Specyfika, struktura i podej cia badawcze w ekonomii	1	1
4. Specyfika, struktura i podej cia badawcze w socjologii	1	1
5. Specyfika, struktura i podej cia badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej	1	1
6. Post powanie badawcze w naukach społecznych	1	1
7. Zasady przygotowania eseju z metodologii nauk społecznych	1	2

Metody uczenia si	Wykład akademicki z u yciem wy wietlacza 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
Forma i warunki zaliczenia	<p>Warunkiem uzyskania zaliczenia jest pozytywna (co najmniej dostateczna) ocena eseju związanego z problematyką metodologii nauk społecznych i oddanie go na dwa tygodnie przed sesją egzaminacyjną. Objętość eseju 20 tys. znaków. Temat dla kandydatów z osób zostanie uzgodniony z prowadzącym co najmniej miesiąc przed sesją egzaminacyjną. Wartość merytoryczna pracy 0-15 pkt., styl naukowy 0-2 pkt., wykorzystanie literatury i różnorodność 0-2 pkt., redakcja i estetyka (0-1).</p> <p>Ocena końcowa: 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 końcowych z przedmiotu jest ocena z zaliczenia wykładu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	metodologia nauk społecznych		Ważona	
	1	metodologia nauk społecznych [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Łączny nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: metody i techniki regionalnych bada społecznych (KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_13N		
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	EP2	Student zna ró ne metody i techniki regionalnych bada społecznych	K_W05	
umiej tno ci	1	EP3	Student potrafi korzysta z wła ciwych metod i technik regionalnych bada społecznych	K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP4	Student gotów do uznawania roli metod i technik regionalnych bada społecznych w rozwi zywanu problemów poznawczych i praktycznych	K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: metody i techniki regionalnych bada społecznych					
Forma zaj : wykład					
1. Etapy procesu badawczego - sformułowanie problemu badawczego				2	1
2. Badania reaktywne i niereaktywne, ilo ciowe i jako ciowe				2	2
3. Obserwacja, ankieta i kwestionariusz wywiadu jako podstawowe narz dzia bada sonda owych				2	2
4. Dobór jednostek do badania - rodzaje prób i ich reprezentatywno				2	2
5. Analiza danych ilo ciowych i jako ciowych				2	2
Forma zaj : laboratorium					
1. Poj cie zmiennej, miernika a wska nika. Skale pomiarowe				2	3
2. Badanie zmiennych ilo ciowych i jako ciowych. Kodowanie zmiennych.				2	3
3. Graficzna prezentacji wyników bada				2	3
Metody uczenia si		rozwi zywanie zada , analiza przypadków, prezentacja multimedialna			
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
		KOLOKWIUM			EP2,EP3,EP4
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia		Laboratorium - zaliczenie z ocen na podstawie bie cej oceny aktywno ci podczas zaj i rozwi zywan zlecanych zada . Wykład - zaliczenie z ocen na podstawie kolokwium podsumowuj cego z zakresu wykładów i zalecanej literatury.			
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
		Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen z zaliczenia wicze i laboratoriów.			

	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
Metoda obliczania oceny korekcyjnej	2	metody i techniki regionalnych badań społecznych		Arytmetyczna	
	2	metody i techniki regionalnych badań społecznych [wykład]	zaliczenie z ocen		
	2	metody i techniki regionalnych badań społecznych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: negocjacje i sztuka argumentacji					
Forma zaj : wykład					
1. Istota, zasady, proces i style negocjacji				2	2
2. Komunikacja i dopasowanie w negocjacjach				2	1
3. Komunikacja werbalna i sztuka argumentacji				2	1
4. Komunikacja niewerbalna				2	2
5. Techniki negocjacyjne				2	3
Forma zaj : wiczenia					
1. Podstawowe zasady komunikacji w negocjacjach				2	2
2. wiczenia z zakresu skutecznej komunikacji i argumentacji.				2	2
3. Rozbudowane techniki i taktyki negocjacyjne.				2	2
4. Negocjacje w praktyce - wiczenia na przykładach praktycznych				2	3
Metody uczenia si		Prezentacja multimedialna,, Analiza przypadku, rozwi zywanie zada problemowych,, dyskusja i praca w grupach.			

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP3,EP4,EP5,EP6
Forma i warunki zaliczenia	<p>wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zadań.</p> <p>Wykłady - zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego kolokwium z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu wiczeń.</p>					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z wykładów i wiczeń.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do rednej	
	2	negocjacje i sztuka argumentacji		Arytmetyczna		
	2	negocjacje i sztuka argumentacji [wykład]	zaliczenie z ocen			
	2	negocjacje i sztuka argumentacji [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75				
Liczba punktów ECTS		3				

SYLABUS

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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej				
Forma zaj : wykład				
1. Zdefiniowanie poj cia, funkcji i sfer działania administracji publicznej w Polsce			1	2
2. Struktura i kompetencje centralnej administracji rz dowej oraz administracji samorz dowej			1	3
3. Organizacja i zasady działania rz dowej administracji terenowej			1	2
4. Autonomiczne struktury administracji centralnej ? znaczenie w systemie administracji pa stwowej			1	1
5. Istota i formy kontroli administracji rz dowej			1	1
Forma zaj : wiczenia				
1. Samorz d terytorialny jako podmiot administracji publicznej			1	2
2. Struktura organizacyjna jednostek samorz du terytorialnego			1	1
3. Zadania samorz du terytorialnego			1	2
4. Gospodarowanie finansami i mieniem samorz dowym			1	2
5. Nadzór nad samorz dem terytorialnym (cele, funkcje, kryteria, organy i rodki nadzoru)			1	2
Metody uczenia si		Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, analiza przypadków.		

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
	PROJEKT				EP3,EP4,EP5
ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP4,EP5	
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 wykładów. Podstaw zaliczenia wykładów jest aktywne uczestnictwo w zajęciach, przygotowanie zadania praktycznego, uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium oraz aktywne uczestnictwo na zajęciach.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Oceny z przedmiotu stanowi ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej		Ważona	
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej [wykład]	egzamin		1,00
	1	organizacja i funkcjonowanie administracji publicznej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,00
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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: 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	Ma podstawow wiedz o specyfice planowania przestrzennego jako dzialalno ci praktycznej oraz jego powi zaniu 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
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi analizowa dokumenty planistyczne gminy pod k tem ich znaczenia w przeznaczaniu terenu pod ro ne funkcje zgodnie z zasadami ładu przestrzennego i zrównowa onego rozwoju	K_U05
	2	EP5	Potrafi ocenia przydatno procedur i dobrych praktyk do realizacji zada zwi zanych z planowaniem przestrzennym w kontek cie brandingu miast i regionów	K_U03
	3	EP6	Potrafi wykrywa przejawy kolizji i konfliktów przestrzennych i proponowa wybór optymalnego w danych warunkach wariantu zagospodarowania w kontek cie brandingu miast i regionów	K_U02 K_U04
	4	EP7	Potrafi przygotowat i przedstawi prezentacj wybranego zagadnienia z zakresu planowania przestrzennego w kontek cie potrzeb brandingu miast i regionów	K_U06 K_U07
	5	EP8	Potrafi pracowa samodzielnie i w grupie, wykazuj c si kreatywno ci w podejmowanych działaniach	K_U09 K_U10
kompetencje społeczne	1	EP9	Jest gotów do współpracy i komunikacji w zespole przy wykonywaniu opracowa 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

TRE CI PROGRAMOWE

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: planowanie przestrzenne		
Forma zaj : wykład		
1. Planowanie przestrzenne i jego cechy	3	2
2. System planowania przestrzennego w Polsce. Analiza i ocena stanu aktualnego i przewidywanych zmian.	3	2
3. Zasady zagospodarowania przestrzennego. Ład przestrzenny i równowa enie rozwoju w przestrzeni.	3	2
4. Modele planowania przestrzennego	3	2
5. Prognozy i ich rola w planowaniu przestrzennym	3	1
Forma zaj : wiczenia		

1. Inwentaryzacja, waloryzacja oraz analiza funkcji i form zagospodarowania wybranego obszaru miasta.		3	1		
2. Diagnoza i analiza uwarunkowa zagospodarowania terenu (wewn trznych i zewn trznych)		3	2		
3. Okre lenie funkcji oraz kierunków zagospodarowania przestrzennego wybranego obszaru istotnego z punktu widzenia brandingu miast i regionów		3	2		
4. Opracowanie projektu zagospodarowania terenu i jego ocena z punktu widzenia korzy ci i zagro e dla brandingu miast i regionów		3	3		
5. Prezentacja projektu (cz tekstowa i graficzna)		3	1		
Metody uczenia si	Wykład akademicki z u yciem wy wietlacza pisma. Prezentacja multimedialna. Film edukacyjny, Praca i dyskusja w grupach. Wykonanie projektu. Prezentacja projektu				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3		
	PREZENTACJA		EP5,EP7		
	PROJEKT		EP10,EP4,EP6,EP8, EP9		
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia wicze jest pozytywna ocena aktywnego udziału w zaj ciach oraz projektu i jego prezentacji. Warunkiem uzyskania zaliczenia wykładu jest pozytywna ocena z egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru. Ocena wicze jest wypadkow oceny aktywnego uczestnictwa w zaj ciach - 20%, opracowanie projektu - 40%, prezentacji multimedialnej - 40%. Ka de z 10 pyta egzaminu pisemnego w postaci testu wyboru oceniane jest w skali 0-1 pkt. Uzyskane punkty przeliczane s na oceny w nast puj cy sposób: 10 pkt. - bdb; 9 pkt. - db+; 8 pkt. db; 7 pkt. dst+; 6 pkt. - dst; 5 pkt. i mniej ndst.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu składa si w 60% z oceny z zaliczenia wiczeni i w 40% z oceny z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	planowanie przestrzenne		Wa ona	
	3	planowanie przestrzenne [wykład]	egzamin		0,40
	3	planowanie przestrzenne [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,60
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: potencjał rozwojowy miast i regionów				
Forma zajęć : wykład				
1. Przestrzeń i środowisko geograficzne - perspektywa gospodarcza. Cechy i struktura przestrzeni geograficznej. Środowisko geograficzne.			1	2
2. Zasoby - potencjał - kapitał środowiska			1	2
3. Wzrost a rozwój gospodarczy w skali lokalnej i regionalnej			1	2
4. Potencjał miasta i regionu w gospodarce lokalnej, regionalnej i ponadregionalnej			1	2
5. Klasa kreatywna jako potencjał rozwojowy miast i regionów			1	1
Forma zajęć : wiczenia				
1. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - cel, zakres, metody			1	1
2. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - identyfikacja zasobów			1	2
3. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - określenie potencjału			1	3
4. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - scenariusze rozwoju			1	2
5. Potencjał rozwojowy wybranej gminy lub miasta - wnioski			1	1
Metody uczenia się	Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. wiczenia - przygotowanie projektu.			

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4
	PROJEKT				EP5,EP6
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP7	
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 ocen 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 części ćwiczeniowej (projektowej) - 35%				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	potencjał rozwojowy miast i regionów		Ważona	
	1	potencjał rozwojowy miast i regionów [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		0,35
	1	potencjał rozwojowy miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen		0,65
Łączny nakład pracy studenta w godz.			100		
Liczba punktów ECTS			4		

SYLABUS

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 regionalne	K_K02 K_K03 K_K04

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej**

Forma zaj : **wykład**

1. Istota i proces pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej. Wskazówki dotycz ce pozycjonowania marek	3	2
2. Strategie pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. cele, rodzaje, procedury, warunki, korzy ci	3	2
3. Mapy percepcji i analizy struktury kategorii produktu. Inne metody budowy map percepcji i map preferencji	3	2
4. Istota i elementy storytellingu w pozycjonowaniu marki	3	1
5. Rola internetu w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej	3	1
6. City placement i inne formy maj ce na celu pozycjonowanie marek lokalnych i regionalnych	3	1

Forma zaj : **wiczenia**

1. Ustalanie optymalnego konkurencyjnego pozycjonowania marek lokalnych i regionalnych, m.in. wybieranie punktów wyró niaj cych i wspólnych, okre lania skojarze i mantrów marki	3	2
2. Konstruowanie narz dzi pozycjonowania m.in. map percepcji i profili semantycznych oraz map preferencji i wybór strategii	3	2
3. Wykorzystanie storytellingu jako narz dzia pozycjonowania marek, m.in. tworzenie historii, budulec opowie ci, rytuały, bohaterowie	3	2
4. Wykorzystanie internetu, m.in. strony internetowej oraz mediów społeczno ciowych w pozycjonowaniu marki lokalnej i regionalnej	3	2
5. Wykorzystanie city placement i innych form komunikowania oraz współpracy w strategii pozycjonowania marki lokalnej i regionalnej	3	1

Metody uczenia si	prezentacja multimedialna, praca w grupach i indywidualna, rozwi zywanie zada problemowych, wymiana pogl dów/dyskusja moderowana, case study
-------------------	--

Metody weryfikacji efektów uczenia si	Opis metody	Nr efektu uczenia si z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY	EP1,EP2
	KOLOKWIIUM	EP1
	PROJEKT	EP1,EP2,EP3
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP1,EP2,EP3

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.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej		Arytmetyczna	
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej [wykład]	egzamin		
	3	pozycjonowanie marki lokalnej i regionalnej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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		J zyk przedmiotu: 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 ró dła informacji oraz adekwatne narz dzia i techniki matematyczno-statystyczne oraz graficzne i kartograficzne dostosowane do konkretnych problemów badawczych	K_W05
	2	EP2	Zna wła ciwe zasady przygotowania opracowa analitycznych, diagnostycznych i projektowych w zakresie branding u miast i regionów ze szczególnym uwzgl dnieniem problemu badawczego realizowanej pracy dyplomowej	K_W07
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi dobiera i porz dkowa ró norodne informacje dotycz ce zagadnie z zakresu przygotowywanej pracy dyplomowej oraz sprawnie je przetwarza , posługuj c si adekwatnym oprogramowaniem komputerowym	K_U03
	2	EP4	Potrafi dobiera i stosowa wła ciwe metody i narz dzia matematyczno-statystyczne adekwatne do konkretnych zada badawczych realizowanych w pracy dyplomowej	K_U03
	3	EP5	Potrafi dobiera i stosowa wła ciwe metody i narz dzia graficzne i kartograficzne adekwatne do konkretnych zada badawczych realizowanych w pracy dyplomowej	K_U03
	4	EP6	Potrafi samodzielnie rozwija umiej tno ci badawcze, korzystaj c z ró nych ró deł w j zyku polskim i obcym oraz nowoczesnych technologii informacyjnych	K_U10
kompetencje społeczne	1	EP7	Jest gotów do ci głego doksztacania si oraz doskonalenia własnych umiej tno ci badawczych	K_K01
	2	EP8	Jest gotów do uznawania roli prac badawczo-rozwojowych i umiej tno ci eksperckich w rozwi zywaniu problemów poznawczych i aplikacyjnych z zakresu branding u miast i regionów	K_K02
	3	EP9	Jest gotów do kreatywnego rozwi zywania problemów poznawczych, metodologicznych i aplikacyjnych w kontek cie tematu przygotowywanej pracy dyplomowej	K_K03
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: pracownia dyplomowa				
Forma zaj : pracownia dyplomowa				
1. ró dła danych oraz zaawansowane sposoby pozyskiwania i selekcji informacji			3	2
2. Zaawansowane metody i techniki transformacji danych			3	2
3. Zaawansowane narz dzia i techniki matematyczno-statystyczne			3	6
4. Zaawansowane narz dzia i techniki graficzne i kartograficzne			3	5
5. Przetwarzanie i prezentacja materiałów niezbdnych do realizacji pracy magisterskiej			4	15

Metody uczenia si	klasyczna metoda problemowa, prezentacja multimedialna, indywidualna praca przy komputerze				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
	PREZENTACJA				EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocen po ka dym semestrze. Podstaw zaliczenia przedmiotu jest wykonanie zada przewidzianych w danym semestrze oraz pozytywne zaliczenie ko cowego sprawdzianu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu jest ocen z pracowni dyplomowej w ka dym semestrze.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	pracownia dyplomowa		Wa ona	
	3	pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]	zaliczenie z ocen		1,00
	4	pracownia dyplomowa		Wa ona	
	4	pracownia dyplomowa [pracownia dyplomowa]	zaliczenie z ocen		1,00
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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: 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 rozumie zastosowanie wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagaj cych procesy podejmowania decyzji.	K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi w sposób wła ciwy wybra zmienne obja niaj cych okre lone zjawiska ekonomiczne oraz posiada umiej tno ci budowy, weryfikowania i wykorzystania modeli w prognozowaniu	K_U02 K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do zachowania ostro no ci i krytycyzmu w wyra aniu opinii na podstawie przeprowadzonych bada z wykorzystaniem aparatu statystyczno-ekonometrycznego	K_K02 K_K05	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: prognozowanie rozwoju układów przestrzennych					
Forma zaj : wykład					
1. Model ekonometryczny i ocena jego jako ci				3	2
2. Mierniki oceny jako ci prognoz ekonometrycznych				3	2
3. Prognozowanie na podstawie szeregów czasowych				3	3
4. Modelowanie i prognozowanie zjawisk sezonowych				3	2
Forma zaj : laboratorium					
1. ródła danych w prognozowaniu				3	3
2. Budowa modelu prognostycznego i jego weryfikacja				3	3
3. Bł dy ex ante i ex post w prognozowaniu zjawisk				3	4
4. Prognozowanie a symulacje rozwoju zjawisk				3	4
5. Projekt prognostyczny				3	4
Metody uczenia si		analiza przypadków, prezentacja multimedialna, rozwi zywanie zada			
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
		KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3

Forma i warunki zaliczenia	Laboratorium: zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny wykonania zleczanych zadań. Wykład: zaliczenie z ocen na podstawie wyników kolokwium końcowego.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna wykładów i laboratorium.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	3	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych		Arytmetyczna	
	3	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych [wykład]	zaliczenie z ocen		
	3	prognozowanie rozwoju układów przestrzennych [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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 - 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych					
Forma zajęć: wykład					
1. Rodzaje, cele, systematyka, charakterystyka wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	2
2. Planowanie wydarzenia, z uwzględnieniem interesariuszy, lokalizacji i budżetu				3	2
3. Planowanie promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	2
4. Kierowanie przebiegiem promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych				3	1
5. Ewaluacja przeprowadzonej promocji wydarzeń lokalnych i regionalnych, z uwzględnieniem oddziaływania na otoczenie i interesariuszy				3	2
Forma zajęć: wiczenia					
1. Praktyczne aspekty pracy w zespole nad przygotowaniem promocji wydarzenia lokalnego i regionalnego				3	1
2. Analiza i wykorzystanie nowoczesnych narzędzi eventowych (w tym wydarzenia online)				3	1
3. Analiza wykorzystania potencjału miast i regionów w promocji wydarzeń (na wybranych przykładach)				3	1
4. Przygotowanie i opracowanie planu promocji wydarzenia lokalnego				3	1
5. Prezentacja i omówienie projektów planów promocji wydarzeń lokalnych				3	5
Metody uczenia się	wykład informacyjny, prezentacja multimedialna, studium przypadku, opracowanie projektu i dyskusja nad projektem				

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2
	PREZENTACJA					EP3,EP4
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)					EP5	
Forma i warunki zaliczenia	wykłady - zaliczenie (kolokwium) pisemne (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 oceny z pisemnego kolokwium zaliczając wykłady oraz zaliczenia wliczone z ocen					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	3	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych		Arytmetyczna		
	3	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych [wykład]	zaliczenie z ocen			
	3	promocja wydarzeń lokalnych i regionalnych [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
Łączny nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

SYLABUS

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: 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	Ma pogł biona wiedz na temat kluczowych zagadnie oraz aktualnie dyskutowanych problemów i trendów w obszarze branding miast i regionów	K_W01		
	2	EP2	Zna współczesne teorie oraz podej cia metodologiczne dyskutowane w literaturze z zakresu zjawisk i procesów zwi zanych z brandingiem miast i regionów	K_W01		
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi na pi mie zaprezentowa wybrany problem badawczy w oparciu o dorobek teoretyczny i empiryczny nauk zwi zanych z brandingiem miast i regionów z wykorzystaniem ró norodnych ródeł informacji	K_U07		
kompetencje społeczne	1	EP4	Jest gotów do podj cia wiadomej decyzji i zaplanowania przebiegu kolejnego etapu swojej edukacji	K_K05		
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
Przedmiot: proseminarium						
Forma zaj : konwersatorium						
1. Istota pracy naukowej na studiach magisterskich.				1	1	
2. Tematyka badawcza w obszarze branding miast i regionów realizowana na Uniwersytecie Szczeci skim				1	9	
Metody uczenia si	prezentacja multimedialna, dyskusja, analiza przypadków					
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP4	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocen na podstawie eseju z zakresu wybranego problemu badawczego					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocen ko cow z przedmiotu jest ocena z konwersatorium.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot		Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	proseminarium			Wa ona	
	1	proseminarium [konwersatorium]		zaliczenie z ocen		1,00
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		25				
Liczba punktów ECTS		1				

SYLABUS

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: 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 zagadnienia zwi zane z regionalizacj i zrównowa onym rozwojem	K_W01 K_W02
	2	EP2	Rozumie mechanizmy dostosowywania regionalnej struktury społeczno-ekonomicznej do po danej struktury regionalnej	K_W03 K_W09
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi analizowa regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	K_U01 K_U04
	2	EP4	Potrafi doбира odpowiednie narz dzia i instrumentów wpływaj cych na regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	K_U03 K_U05
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do podejmowania działa zmieniaj cych regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	K_K03 K_K04

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski		
Forma zaj : wykład		
1. Relacje pomi dzy procesami regionalizacji i globalizacji	2	2
2. Regionalizacja jako podstawa zrównowa onego rozwoju	2	2
3. Narz dzia i instrumenty wpływaj ce na regionaln struktur społeczno-ekonomiczn	2	2
4. Główne cele regionalizacji społeczno-gospodarczej	2	2
5. Analiza mocnych i słabych stron regionalizacji	2	1

Forma zaj : wiczenia		
1. Polityka społeczno-ekonomiczna w kontek cie regionalizacji	2	1
2. Znaczenie i powody regionalizacji we współczesnym wiecie	2	1
3. Podstawowe cele regionalnej polityki gospodarczo-społecznej	2	2
4. Zrównowa ony rozwój jako wa ny element działa regionalizacyjnych	2	2
5. Koncepcje rozwoju społeczno-gospodarczego regionów	2	3

Metody uczenia si	Prezentacja multimedialna, Dyskusja	
Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM	EP1,EP2,EP3
	PREZENTACJA	EP4,EP5

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				
Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną z wykładów i ćwiczeń.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski		Arytmetyczna	
	2	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski [wykład]	zaliczenie z ocen		
	2	regionalizacja społeczno-ekonomiczna Polski [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

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. 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 zbliżone 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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **rozwój zrównoważony miast i regionów**

Forma zajęć : **wykład**

1. Pojęcia rozwoju zrównoważonego w raportach międzynarodowych	1	2
2. Holizm i podejście systemowe do rozwoju zrównoważonego miast i regionów	1	2
3. Problemy pomiaru stanu i efektów rozwoju zrównoważonego	1	2
4. Megatrendy rozwojowe, zagrożenia dla rozwoju	1	2
5. Nowe technologie w sferze zrównoważenia rozwoju miast i regionów.	1	1

Forma zajęć : **wiczenia**

1. Rozwój zrównoważony miasta podstawowe definicje i pojęcia	1	2
2. Pomiar stopnia rozwoju i zrównoważenia w miastach	1	2
3. Nowoczesne technologie i ich znaczenie dla rozwoju zrównoważonego. Ekologizacja gospodarki	1	2
4. Znaczenie planowania przestrzennego w realizacji założonych idei zrównoważonego rozwoju	1	2
5. Studium przypadku wybranego miasta.	1	1

Metody uczenia się	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	
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie bieżącej oceny zleconych zadań, w tym prac projektowych, raz aktywności podczas zajęć.					
	Wykład - zaliczenie z ocen na bazie wyników sprawdzianu pisemnego z zakresu wykładów i literatury.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
średnia arytmetyczna z wiczeń i wykładu.						
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	1	rozwój zrównoważony miast i regionów		Arytmetyczna		
	1	rozwój zrównoważony miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen			
	1	rozwój zrównoważony miast i regionów [wykład]	zaliczenie z ocen			
Łączny nakład pracy studenta w godz.			75			
Liczba punktów ECTS			3			

SYLABUS

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	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 dzydyscyplinarnej 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 tezy 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 społeczności 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: seminarium dyplomowe					
Forma zajęć: seminarium					
1. Metodologia badań naukowych oraz zasady konstrukcji pracy magisterskiej				2	2
2. Rzetelność w badaniach naukowej i zasady poszanowania własności intelektualnej				2	2
3. Formułowanie problemu badawczego, stawianie tezy oraz hipotezy				2	2
4. Selekcja źródeł informacji teoretycznych i faktograficznych				2	3
5. Identyfikacja i dobór metod badawczych, specyfikacja technik oraz narzędzi badawczych				2	4
6. Dyskusja nad koncepcją pracy magisterskiej				2	2
7. Techniki pisania pracy magisterskiej				3	1
8. Przygotowanie i prezentacja eseju związanego z tematyką pracy magisterskiej				3	3

9. Opracowanie i dyskusja zagadnie metodologicznych zwi zanych z tematem pracy magisterskiej	3	4			
10. Opracowanie i dyskusja podstaw teoretycznych pracy magisterskiej	3	4			
11. Planowanie bada empirycznych	3	3			
12. Realizacja bada empirycznych	4	5			
13. Przegl d wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz empirycznych	4	5			
14. Redakcja ko cowego tekstu pracy magisterskiej	4	5			
Metody uczenia si	Praca koncepcyjna i problemowa, definiowanie poj , referowanie opracowanego materiału, twórcze rozwi zywanie problemów, metody aktywizuj ce (burza mózgów, projekty, dyskusje).				
Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusa			
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA	EP10,EP11,EP17,E P2,EP3,EP4,EP7,EP 8,EP9			
	PREZENTACJA	EP1,EP12,EP6			
	PRACA DYPLOMOWA	EP1,EP10,EP11,EP 13,EP14,EP15,EP16 ,EP17,EP18,EP2,EP 3,EP4,EP5,EP6,EP7 ,EP8,EP9			
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP12,EP13,EP14,E P15,EP16,EP17,EP 18,EP5,EP6			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen po ka dym semestrze. Podstaw zaliczenia jest wykonanie zada przewidzianych w danym semestrze: sem. 2 - przygotowanie koncepcji pracy, dobór ródeł informacji oraz metod i narz dzi badawczych; sem. 3 - opracowanie zagadnie metodologicznych i teoretycznych, planowanie bada empirycznych; sem. 4 - realizacja bada empirycznych, przygotowanie i zło enie ostatecznej wersji pracy				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen z przedmiotu stanowi ocena za seminarium w ka dym semestrze.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	seminarium dyplomowe		Wa ona	
	2	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	seminarium dyplomowe		Wa ona	
	3	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
	4	seminarium dyplomowe		Wa ona	
	4	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		300			
Liczba punktów ECTS		12			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego (KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3433_44N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :
Rok: 2	Semestr: 4	Status przedmiotu: obowi zkowy		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 i rozumie poj cie CSR, zale no ci miedzy CSR a zrównowa onym rozwojem, uwarunkowania CSR, przykładowe modele CSR, koncepcje interesariuszy	K_W01
	2	EP2	zna i rozumie proces wdra ania koncepcji CSR w organizacjach, w tym szczególnie w jednostkach administracji publicznej oraz raportowania działa społecznie odpowiedzialnych	K_W02 K_W04
umiej tno ci	1	EP3	potrafi dokonywa krytycznej analizy, syntezy, prezentacji informacji z zakresu działa społecznie odpowiedzialnych podejmowanych przez organizacje ze szczególnym uwzgl dnieniem jednostek administracji publicznej	K_U01 K_U06
	2	EP4	potrafi dobiera i stosowa wła ciwe narz dzia do realizacji działa społecznie odpowiedzialnych w tym w jednostkach administracji publicznej	K_U03
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do współpracy w grupie planuj c projekt z zakresu działa społecznie odpowiedzialny dla organizacji w tym dla jednostek administracji publicznej	K_K01 K_K03 K_K04
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: społeczna odpowiedzialno w jednostkach samorz du terytorialnego				
Forma zaj : wykład				
1. Społeczna odpowiedzialno biznesu - zagadnienia wprowadzaj ce			4	3
2. Społeczna odpowiedzialno biznesu w jednostkach administracji publicznej (uwarunkowania, istota, obszary, narzedzia)			4	3
3. Wybrane praktyki i procedury wdro eniowe CSR w jednostkach administracji publicznej			4	2
4. Podsumowanie omówionych na wykładach aspektów społecznej odpowiedzialno ci w jednostkach samorz du terytorialnego			4	1
Forma zaj : wiczenia				
1. Społeczna odpowiedzialno biznesu - zagadnienia wprowadzaj ce			4	2
2. Społeczna odpowiedzialno organizacji a relacje z interesariuszami			4	1
3. Społeczna odpowiedzialno biznesu w jednostkach administracji publicznej uwarunkowania, istota, obszary, narzedzia, przykłady praktyczne			4	5
4. Podsumowanie omówionych na wiczeniach aspektów społecznej odpowiedzialno ci w jednostkach samorz du terytorialnego			4	1
Metody uczenia si	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 POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze 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 wicze i wykładów w terminach podstawowym i poprawkowym. Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych ocen cząstkowych tj. pozytywnej oceny z zaliczenia wicze i pozytywnej oceny z zaliczenia treści wykładów.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	społeczna odpowiedzialność terytorialna w jednostkach samorządu		Nieobliczana	
	4	społeczna odpowiedzialność terytorialnego [wykład]	zaliczenie z ocen		
	4	społeczna odpowiedzialność terytorialnego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.			75		
Liczba punktów ECTS			3		

SYLABUS

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: obowi zkowy	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 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 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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej

Forma zajęć : wykład

1. Uwarunkowania społeczno-kulturowe - istota i czynniki	4	1
2. Społeczne aspekty marki terytorialnej	4	3
3. Kulturowe aspekty marki terytorialnej	4	3
4. Zmiany społeczno-kulturowe w markach terytorialnych	4	2

Forma zajęć : konwersatorium

1. Społeczno-kulturowe aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach i regionach Unii Europejskiej	4	1
2. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych regionach w Polsce	4	3
3. Społeczno-ekonomiczne aspekty marki terytorialnej w wybranych miastach w Polsce	4	3
4. Ocena uwarunkowań społeczno-kulturowych marki terytorialnej	4	2

Metody uczenia się	Przygotowanie projektu, Wykład problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej
--------------------	---

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM	EP1,EP2
	PROJEKT	EP3,EP4
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)	EP5

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 aktywność i postawy na zajęciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z wykładów i ćwiczeń.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do rednej
	4	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej		Arytmetyczna	
	4	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		
	4	społeczno-kulturowe uwarunkowania marki terytorialnej [wykład]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

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	Semestr	Liczba godzin
-------------------	---------	---------------

Przedmiot: **strategie innowacyjne miast i regionów**

Forma zaj : **wykład**

Treść	Semestr	Liczba godzin
1. Istota innowacyjno ci	2	3
2. Rodzaje strategii innowacyjnych miast i regionów	2	2
3. Formułowanie strategii innowacyjnej miast i regionów	2	2
4. Regionalne strategie innowacyjne	2	2

Forma zaj : **wiczenia**

Treść	Semestr	Liczba godzin
1. Specyfika działalno ci innowacyjnej w miastach i regionach	2	3
2. Rodzaje strategii innowacyjnych w miastach i regionach	2	2
3. Innowacyjne miasta i regiony i ich strategie działania - analiza przypadków	2	2
4. Regionalne strategie innowacji - podstawowe zało enia i analiza	2	2

Metody uczenia si	wykład z elementami konwersatoryjnymi, wiczenia z wykorzystaniem case study prezentacja multimedialna opracowanie projektu praca w grupach
-------------------	---

Metody weryfikacji efektów uczenia si	Opis metody	Nr efektu uczenia si z sylabusa
	EGZAMIN PISEMNY	EP1,EP2
	PROJEKT	EP3,EP4
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP3,EP4

Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze : wykonanie pracy zaliczeniowej; przygotowanie projektu i jego prezentacja oraz na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta Wykłady: egzamin pisemny z treści omawianych na wykładach i wskazanej literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa przedmiotu jest średnią arytmetyczną zaliczenia wicze i egzaminu				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	strategie innowacyjne miast i regionów		Arytmetyczna	
	2	strategie innowacyjne miast i regionów [wykład]	egzamin		
	2	strategie innowacyjne miast i regionów [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

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. 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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach				
Forma zajęć: laboratorium				
1. Istota, rola i obszary wykorzystania narzędzi informatycznych w procesach podejmowania decyzji menedżerskich. Narzędzia klasy Business Intelligence			4	2
2. 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			4	2
3. Przygotowanie modelu decyzyjnego. Dane, zmienne, warunki, relacje.			4	4
4. Rozwijanie i modelowanie problemów decyzyjnych za pomocą narzędzi informatycznych Power Pivot oraz Power BI			4	5
5. Tworzenie i definiowanie wskaźników KPI, widoków oraz perspektyw analitycznych. Tworzenie raportów analitycznych za pomocą narzędzi Power View oraz Power BI			4	5
Metody uczenia się	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
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.			

	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
Metoda obliczania oceny kolejnej	4	systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach		Ważona	
	4	systemy informatyczne wspomaganie decyzji menedżerskich w miastach i regionach [laboratorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA)				Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_31N		
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	Zna podstawowe zasady bezpiecze stwa i higieny pracy oraz ergonomii			
umiej tno ci	1	EP2	Wykazuje umiej tno wla ciwego wnioskowania na podstawie informacji pochodz cych z ró nych dost pnych ródeł			
	2	EP3	Potrafi identyfikowa bł dy i zaniedbania w praktyce			
kompetencje społeczne	1	EP4	Jest gotów do pełnienia ról zawodowych w sposób zapewniaj cy bezpiecze stwo własne i otoczenia, w tym przestrzegania zasad bezpiecze stwa pracy			
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
Przedmiot: szkolenie BHP						
Forma zaj : wykład						
1. Uregulowania prawne dotycz ce bezpiecze stwa pracy i ochrony zdrowia w prawodawstwie polskim i UE				1	1	
2. Czynniki niebezpieczne fizyczne, biologiczne i chemiczne na zaj ciach laboratoryjnych, pracowniach i w czasie zaj terenowych				1	1	
3. Udzielanie pierwszej pomocy w sytuacji wypadkowej i zagra aj cej yciu				1	2	
4. Podstawy prawne w zakresie ochrony ppo				1	1	
Metody uczenia si	e-learning					
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Szkolenie BHP składa si z dwóch cz ci: 1) teoretycznej, realizowanej w formie kształcenia na odległo (e-learning) oraz 2) praktycznej realizowanej w Centrum Symulacji Rescue Lab i polegaj cej na wykonaniu wg zadanego przez wykładowc scenariusza algorytmu czynno ci resuscytacji kr eniowo-oddechowej na elektronicznym fantomie osoby dorosłej. Bardziej szczegółowe informacje s dost pne na stronie internetowej Uniwersyteckiego Centrum Edukacji: http://uce.usz.edu.pl/szkolenia-bhp-dla-studentow-us/					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Zaliczenie bez oceny po spełnieniu powy szych warunków					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot		Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie BHP			Nieobliczana	
	1	szkolenie BHP [wykład]		zaliczenie		

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	14
Liczba punktów ECTS	0

SYLABUS

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: 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	zna zało enia 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
umiej tno ci	1	EP4	potrafi scharakteryzowa i zinterpretowa struktur i funkcjonowanie wybranego terytorialnego systemu społecznego	K_U01
	2	EP5	potrafi przygotowa i przedstawi ustn prezentacj na wybrany temat z zakresu problemowego przedmiotu	K_U06
	3	EP6	potrafi planowa i doskonali swoje kompetencje w zakresie my lenia systemowego w ramach własnego uczenia si przez całe ycie	K_U10
kompetencje społeczne	1	EP7	jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy i my lenia systemowego w rozwi zywnaniu problemów poznawczych i aplikacyjnych	K_K02
	2	EP8	jest gotów do planowania własnej kariery zawodowej z uwzgl dnieniem systemowych przeobra e rzeczywisto ci	K_K05
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: terytorialne systemy społeczne				
Forma zaj : wykład				
1. Poj cie systemu i systemowe uj cie wiata			1	1
2. Elementarne terytorialne systemy społeczne: systemy ludno ciowe, systemy społeczno-techniczne, społeczne systemy aktywno ci, systemy osadnicze			1	4
3. Zintegrowane terytorialne systemy społeczne: systemy krajowe, systemy regionalne, systemy lokalne			1	4
Forma zaj : wiczenia				
1. Metody graficzne w analizie i syntezie systemowej			1	3
2. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu elementarnego			1	3
3. Charakterystyka i interpretacja wybranego systemu zintegrowanego			1	3
Metody uczenia si	wykłady informacyjne i problemowe z wykorzystaniem rodków 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
Forma i warunki zaliczenia	wykłady - egzamin pisemny z zakresu wykładów i zalecanej literatury po uprzednim uzyskaniu zaliczenia z ćwiczeń ; ćwiczenia - zaliczenie z ocen na podstawie ocen cząstkowych za wykonywane prace analityczne, przygotowane prezentacje oraz aktywność podczas zajęć				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	średnia ocen z przedmiotu stanowi średnią ocen z części wykładowej i ćwiczeniowej				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	1	terytorialne systemy społeczne		Arytmetyczna	
	1	terytorialne systemy społeczne [wykład]	egzamin		
	1	terytorialne systemy społeczne [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			

SYLABUS

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		Specjalno : menad er brandingu 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 metodyk i metodologie opracowa z zakresu to samo ci miast i regionów	K_W05 K_W07
	2	EP2	Zna zasady organizacji, planowania i wsparcia działa zwi zanych z to samo ci miast i regionów	K_W08 K_W09
	3	EP3	Zna i rozumie rol wszystkich interesariuszy zwi zanych z budowaniem to samo ci miast i regionów	K_W03 K_W04
umiej tno ci	1	EP4	Potrafi przygotowa i przedstawi opracowanie dotycz ce to samo ci miast i regionów	K_U06 K_U07
	2	EP5	Potrafi zastosowa wla ciwe metody i narz dzia do budowania to samo ci miast i regionów	K_U03 K_U04
	3	EP6	Potrafi dokonywa oceny ju istniej cych rozwi za z zakresu to samo ci miast i regionów oraz planowa 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 my lenia kreatywnego oraz inspirowania otoczenia lokalnego do działa w zakresie to samo ci miast i regionów	K_K03 K_K04
TRE CI PROGRAMOWE			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: to samo miast i regionów				
Forma zaj : wykład				
1. To samo miast i regionów: identyfikacja warto ci miejsca (dziedzictwo, wyró niki, lokalne warto ci, zasady, symbole)			2	3
2. Budowanie to samo ci miast i regionów: Aktywno społeczno ci lokalnej (integracja, siła grupy, gwarancja, rekomendacja, stosunek do "obcych", aktywizacja przedsi biorcza w tym przedsi biorcza postawa, lokalne miejsca pracy)			2	2
3. Budowanie marki lokalnej: Magnetyzm marki, klimat miejsca, produktów pod ni sprzedawanych, co sprawia e s powody do skorzystania z oferty pod mark lokaln (spotkanie klienta z produktem, miejscem).			2	2
4. Budowanie marki lokalnej: U ytkowanie i wzmacnianie marki (proces organizacji działa)			2	2
Forma zaj : wiczenia				
1. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wybrane badania marketingowe			2	4
2. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - projekt koncepcji strategii			2	2
3. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - system identyfikacji wizualnej			2	1
4. Opracowanie strategii to samo ci marki miasta/gminy - wdrowanie strategii marki			2	2
Metody uczenia si	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
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady - egzamin pisemny z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń ; ćwiczenia - zaliczenie z ocen 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%				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	to samo miast i regionów		Ważona	
	2	to samo miast i regionów [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		0,35
	2	to samo miast i regionów [wykład]	egzamin		0,65
Łączny nakład pracy studenta w godz.		125			
Liczba punktów ECTS		5			

SYLABUS

Moduł: Wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [moduł]				
Nazwa przedmiotu: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego (PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_43N	
Nazwa kierunku: branding miast i regionów				
Forma studiów: II stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalno :
Rok: 1	Semestr: 1	Status przedmiotu: fakultatywny		J zyk przedmiotu: semestr: 1 - 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			Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego				
Forma zaj : wykład				
1. Geneza i kierunki przemian we współczesnym marketingu			1	1
2. Orientacje marketingowe. Nowoczesne uj cie marketingu			1	1
3. Marketing internetowy i jego znaczenie we współczesnym wiecie			1	1
4. Uwarunkowania rozwoju marketingu we współczesnych firmach			1	1
5. Współczesne otoczenie marketingowe, czynniki otoczenia, trendy w otoczeniu			1	1
6. Współczesne zachowania nabywców			1	2
7. Instrumenty marketingu mix			1	2
Forma zaj : wiczenia				
1. Współczesne instrumenty marketingu mix. Rozpoznanie, ocena stosowania na wybranych przykładach			1	4
2. Identyfikowania współczesnego marketingowego otoczenia przedsi biorstwa na wybranych przykładach			1	1
3. Przemiany w procesie segmentacji			1	1
4. Współczesne zachowania nabywców - przykłady			1	2
5. Nowe tendencje w marketingu - przykłady			1	1

Metody uczenia się	prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, analiza przypadków					
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM				EP1,EP2	
	PROJEKT				EP3,EP4	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: kolokwium z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury wiczenia: zaliczenie z oceną na podstawie przygotowanego projektu i jego prezentacji, a także aktywności i postawy na zajęciach					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.		Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1		wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego		Arytmetyczna	
	1		wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1		wyzwania współczesnego marketingu terytorialnego [wykład]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

SYLABUS

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: 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				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: zarządzanie w kryzysie wizerunkowym					
Forma zajęć: wykład					
1. Zarządzanie kryzysowe - analiza pojęcia				4	2
2. Źródła, symptomy i skutki kryzysu				4	1
3. Przygotowanie na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowych				4	2
4. Postępowanie w sytuacjach kryzysowych				4	2
5. Zarządzanie skutkami zdarzeń				4	2
Forma zajęć: wiczenia					
1. Analiza wybranych kryzysów wizerunkowych				4	2
2. Analiza sposobu przedstawienia wybranych sytuacji kryzysowych w mediach				4	1
3. Analiza przykładowego kryzysu wizerunkowego miast i regionów w social media				4	2
4. Strategie rozwiązywania konfliktu wokół których można budować komunikację z otoczeniem				4	2
5. Zarządzanie wizerunkiem po kryzysie				4	2
Metody uczenia się		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

Forma i warunki zaliczenia	Forma zaliczenia przedmiotu - zaliczenie z ocen Zaliczenie wykładu - sprawdzian (test), obejmujący zakres materiału zrealizowany na wykładach, Zaliczenie wicze na podstawie wykonanych zadań.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen z wicze i wykładów.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym		Arytmetyczna	
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym [wykład]	zaliczenie z ocen		
	4	zarządzanie w kryzysie wizerunkowym [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		75			
Liczba punktów ECTS		3			

SYLABUS

Nazwa przedmiotu: różła informacji w gospodarce przestrzennej (KIERUNKOWE)	Kod przedmiotu: EFZ205AIIJ3434_16N
---	--

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	Student posiada wiedz w zakresie systemowej analizy ródeł 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 rol informacji do podejmowania decyzji.	K_W05
umiej tno ci	1	EP4	Potrifi korzysta ze ródeł, dobiera dane, tworzy informacje i kształtowa wiedz niezbdn dla podejmowania decyzji w gospodarce przestrzennej	K_U03
	2	EP5	Potrifi adekwatnie ocenia problematyk zwi zan z warto ci ródeł i informacji.	K_U02
	3	EP6	Student potrifi właciwie interpretowa procesy decyzyjne oraz ich skutki.	K_U01
kompetencje społeczne	1	EP7	Jest przygotowany do właciwego wykorzystania ródeł i informacji w imi osi gania wspólnych celów	K_K04
	2	EP8	Jest przygotowany do samodzielnego oraz zespołowego projektowania i prowadzenia badan naukowych z wykorzystaniem ró norodnych ródeł informacji (w wybranym zakresie).	K_K05

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin
--------------------------	---------	---------------

Przedmiot: **różła informacji w gospodarce przestrzennej**

Forma zaj : **wykład**

1. Istota, rola i różła informacji.	3	1
2. Decyzje i ich podejmowanie w warunkach niepewno ci.	3	2
3. Polityka informacyjna i ich rola w kształtowaniu rozwoju miast, regionów.	3	2
4. Dezinformacja.	3	2
5. Informacja w otoczeniu biznesowym.	3	2

Forma zaj : **wiczenia**

1. różła informacji w procesie decyzyjnym	3	1
2. Procesy decyzyjne w mikro i makroskali.	3	2
3. Indywidualne i zbiorowe podejmowanie decyzji.	3	2
4. Etyczne aspekty wykorzystania ródeł informacji.	3	2
5. Warto ródeł informacji.	3	2

Metody uczenia si	wykład problemowy, prezentacja multimedialna, wykład informacyjny, rozwi zywanie zada
-------------------	---

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
Forma i warunki zaliczenia	Wykłady: zaliczenie z ocen w oparciu o wyniki końcowego sprawdzianu pisemnego z zakresu treści wykładowych i zalecanej literatury po uprzednim zaliczeniu ćwiczeń. Ćwiczenia: zaliczenie z ocen na podstawie aktywności na zajęciach, ocen cząstkowych za wykonywanie poszczególnych zadań oraz kolokwium z treści prezentowanych na ćwiczeniach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu stanowi średnią arytmetyczną ocen z wykładów i ćwiczeń				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	ródła informacji w gospodarce przestrzennej		Arytmetyczna	
	3	ródła informacji w gospodarce przestrzennej [wykład]	zaliczenie z ocen		
	3	ródła informacji w gospodarce przestrzennej [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		100			
Liczba punktów ECTS		4			